

Kannattajatoimintamallin kehittäminen suomalaisessa jalkapalloilussa

Ville Nylund

Opinnäytetyö

Vierumäen yksikkö

Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelma

Kevät 2015



Tekijä(t) Ville Nylund	
Koulutusohjelma Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Kannattajatoimintamallin kehittäminen suomalaisessa jalkapalloilussa	Sivu- ja liitesivumäärä 34 + 4
<p>Tämä opinnäytetyö käsittelee jalkapallon kannattajatoimintaa, jota kutsutaan myös fanitoiminnaksi. Suomalainen jalkapallon kannattajatoiminta ei ole vielä kovinkaan organisoitua, mutta joissakin seuroissa on jo otettu ensiaskelia toiminnan kehittämisessä. Monissa Euroopan maissa kannattajatoiminta on jo organisoitu ammattimaisesti ja heidän toimintansa antaa hyvän pohjan ja esimerkin suomalaisen mallin kehittämiseksi.</p> <p>UEFA (Union of European Football Accosiations) on eurooppalaisen jalkapallon kattojärjestönä luonut juridisen pohjan kannattajatoiminnalle ja Suomen Palloliitto on sitoutunut noudattamaan UEFA:n sääntöjä. UEFA:n säännöt vaativat jokaisen pääsarjaseuran nimeämään kannattajien yhdyshenkilön, SLO:n (Supporter Liason Officer). SLO:n toimenkuva ja rooli ovat monissa suomalaisissa seuroissa epäselviä.</p> <p>Tämän opinnäytetyön päätavoitteena on saada aikaan suomalaisen jalkapallon kannattajatoiminnan tavoitemalli. Tavoitemallin päätehtävänä on kirkastaa ja kehittää kannattajatoiminnan yhdyshenkilön (jatkossa SLO) toimenkuvaa ja roolia sekä rakentaa malli, joka tukee kannattajien harrastusta, luoda toiminnasta organisoidumpaa ja jatkuvampaa, vahvistaa heidän asemaansa ja arvostustaan ja samalla saada viihdyttävämpiä ottelutapahtumia kaikille katsojille. Työ on toteutettu haastattelemalla asiantuntijoita, selvittämällä nykytilannetta ja tutustumalla eurooppalaisiin malleihin.</p> <p>Eurooppalaisissa SLO malleissa ja käytännöissä toimitaan ihannetilanteessa, jossa seuraan on palkattu fanien keskuudesta SLO. Liian monessa suomalaisessa seurassa ollaan vielä tilanteessa, jossa jo haasteena on kontaktin löytäminen kannattajien ja seuran välillä. Tässä työssä on päädytty ehdottamaan kaksiportaista mallia, jossa nimetään kannattajatoiminnan yhdyshenkilö (SLO) kannattajien joukosta. Seuran organisaatiosta haetaan SLO:lle kontaktihenkilö eli taho, joka välittää tietoja seurassa eteenpäin. Mallia tulee kuitenkin jatkossa kehittää yksiportaiseen suuntaan, jossa fanein joukosta nousee SLO, joka olisi palkattu seuraan.</p> <p>Tämän työn pohjalta laaditaan myöhemmin Suomen Palloliiton ohjekirja kannattajatoiminnan yhdyshenkilön toiminnasta Suomessa.</p>	
Asiasanat Kannattaja, fanikulttuuri, kannattajayhdyshenkilö, SLO, kannattajatoiminta.	

Sisällys

	1
Johdanto.....	Error! Bookmark not defined.
2 Jalkapallon synty ja suosion salaisuus.....	2
2.1 Suomalaisen jalkapallon synty.....	4
2.2 Fanius ja kannattajatoiminta ilmiönä.....	5
3 Kuvaus suomalaisesta jalkapallon kannattajatoiminnasta.....	6
4 Jalkapallon kannattajatoiminnan malleja.....	11
4.1. UEFA:n malli kannattajatoiminnan kehittämisessä.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Esimerkkejä SLO- toiminnasta Suomessa.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Esimerkkejä SLO- toiminnan kehittämisestä Euroopassa.....	Error! Bookmark not defined.
5 Suomalaisen SLO:n toimintaympäristö.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Jalkapallon kannattajatoiminnan yhdyshenkilön toiminnan kohderyhmät.....	16
5.2 Kannattajatoiminnan yhdyshenkilö.....	19
5.2.1 Yhdyshenkilön haasteet.....	19
5.2.2 Yhdyshenkilön tavoitteet	20
6 Suomalaisen jalkapallojoukkueen kannattajatoiminnan tavoitemalli.....	22
6.1 Kannattajaryhmien toimintaverkosto.....	22
6.2 Jalkapalloseurojen rooli ja tehtävät kannattajatoiminnassa.....	23
6.3 Suomen Palloliiton ja Veikkausliigan rooli ja tehtävät.....	24
6.4 Kannattajatoiminnan yhdyshenkilön, SLO:n rooli ja tehtävät.....	25
6.4.1 SLO:n rooli tavoitemallissa.....	26
6.4.2 SLO:n henkilökohtaiset ja ammatilliset ominaisuudet.....	26
6.4.3 Kotiotteluihin liittyvät tehtävät.....	28
6.4.4 Vierasotteluihin liittyvät tehtävät	28
6.4.5 Muut operationaaliset tehtävät.....	28
6.4.6 Kasvatuksellinen tehtävä.....	29
7 Pohdinta	30
8 Lähteet.....	33
Liitteet.....	36

1 Johdanto

Jalkapallon kannattajakulttuuri käsitteenä on erittäin laaja ja sen voi mieltää tai määritellä usealla tavalla. Tässä opinnäytetyössä jalkapallon kannattajakulttuurilla tarkoitetaan jonkin joukkueen aktiivista seuraamista, joukkueen fanittamista katsomoissa, kuulumista kannattajaryhmään, kannattamista ja jopa addiktoitumista kannattamiseen. Kannattamisella ei nykyään ole maantieteellisiä rajoja. Kannattamisen rajaaminen on haastavaa määrittää. Joku kokee olevansa kannattaja, kun seuraa tuloksia ja joku muu kokee kannattamisen olevan joukkueen tekemisen seuraamista päivittäin ja on valmis tarvittaessa matkustamaan joukkueen perässä maailmaan ääriin asti. Jalkapallon kannattaminen on käytännössä levittäytynyt kaikille eri sarjatasoille ja on globaalia. Internetin ja kansainvälisten mediatilojen kautta ihmiset voivat seurata haluamaansa seuraa päivittäin. Lisäksi tietyn asian seuraaminen pilkkoutuu nykymaailmassa aina vain pienempiin ja spesifisiin alalajeihin. Samalla tämä luo uusia kannattamisen tyylilajeja, kuten mm. yksittäisen jalkapalloilijan kannattaminen, välittämättä missä seurassa idoli pelaa.

Tämän opinnäytetyön yleistavoitteena on luoda suomalaisen jalkapallon kannattamiseen ja seuratoimintaan sopiva konsepti, jolla voidaan kehittää suomalaisen jalkapallon kannattajaryhmien ja seurojen välistä yhteistyötä ja samalla pienin askelin saada jalkapallokulttuuria eteenpäin suomalaisen jalkapallon pääsarjoissa. Pää tavoitteena on saada aikaan suomalaisen jalkapallon kannattajatoiminnan tavoitemalli, joka perustuu UEFA:n malliin. Tavoitemallin tehtävänä on auttaa kannattajien ja seurojen yhteistyötä kannattajatoiminnan saralla ja kehittää kannattajatoiminnan yhdyshenkilön (SLO) toimenkuvaa sekä rakentaa malli, joka tukee kannattajien harrastusta, vahvistaa heidän asemaansa ja arvostusta ja parantaa ottelutapahtumia. Tämän työn pohjata laaditaan myöhemmin Suomen Palloliiton ohjekirja kannattajatoiminnan yhdyshenkilön toiminnasta Suomessa.

2 Jalkapallon synty ja suosion salaisuus

Jalkapallo on maailman suosituin urheilulaji ja sen historia ulottuu erittäin kauas ajassa taaksepäin. Nykyaikaisen jalkapallon synnyinmaana on pidetty Englantia. Kuitenkin Uudesta-Guineasta löytyneiden kalliomaalausten perusteella on oletettu, että jalkapalloa muistuttavaa peliä olisi harrastettu jo esihistoriallisella ajalla. Kiinasta on löydetty ensimmäiset varmemmat viittaukset pelaamiseen vuodelta 200 eaa. ja sen jälkeen Antiikin Kreikasta, Rooman valtakunnasta ja 600-luvulla Japanista. Vaikka Englantia pidetään jalkapallon kehtona, lajia pelattiin eri muodossa myös mm. Ranskassa ja Italiassa. Brittien saarilla 1300-luvulta lähtien pelattiin ”folk footballia”, joka oli hyvin rajua ja väkivaltaista, sillä kirjoitettuja sääntöjä ei ollut ja kaikki keinot olivat sallittuja. ”Folk footballia” ei vielä pelattu sille tarkoitetuilla kentillä, vaan tilanteen mukaan tasaisilla paikoilla ja muun muassa nykyisen Ranskan alueella pelattiin jalkapallon kaltaista lajia, jossa yksi joukkue saattoi käsittää koko kylän miespuolisen väestön. Englannissa keskiaikaista jalkapalloa kuvaavat kirjalliset lähteet ovat joko kielto- ja/tai hallintoviranomaisten määräyksiä. Esivalta ei pitänyt kansan rakastamasta pelistä, sillä se aiheutti epäjärjestystä. Kuningaskin yritti useaan otteeseen eri kielloilla lopettaa pelin vuosien 1214 ja 1615 välillä, mutta kiellot eivät pystyneet estämään pelin suosiota kansan tärkeänä huvituksena. (Kanerva 2003, 11.)

Merkittävä vaihe nykyaikaisen jalkapallon kehityshistoriassa tapahtui 1700-luvulla, kun englantilaiset sisäoppilaitokset ottivat liikunnan mukaan lukujärjestyksiinsä. Koulut huomasivat, että erityisesti jalkapallo rauhoitti levottomia opiskelijoita ja koulut alkoivat muotoilla jalkapalloon sääntöjä. Samalla kun säännöt selkeytyivät, alkoi pelaaminen myös kiinnostaa katsojia. Vuonna 1863 englantilaiset joukkueet päättivät perustaa oman liiton, joka ryhtyi laatimaan yhtenäisiä sääntöjä. Nykylajin kaltaisen muodon saatuaan ja muuttuessaan massaliikkeeksi jalkapallo myös muuttui elitistisestä lajista työväestön lajiksi. Ammattiliigaa pelattiin ensimmäisen kerran kaudella 1888 - 1889 ja sen suosio kannattajien keskuudessa kasvoi vuosi vuodelta, varsinkin työväenluokassa. Yleisön vetovoimaa lisäsivät sanomalehtien kirjoittelu ottelutapahtumista sekä vedonlyöntimahdollisuudet. Otteluiden seuraamista helpottivat parantuneet rautatieyhteydet tärkeimpien kaupunkien välillä ja työajan lyheneminen lauantaina aamupäivän mittaiseksi. Ammattiliigan kautta myös jalkapallon kannattajakulttuuri lähti liikkeelle ja oman kylän joukkuetta kannustettiin sen aikaisen mittapuun mukaan railakkaastikin. (Kanerva 2003, 12 – 14.)

Nykyaikaisen jalkapallon ensimmäinen kehitysvaihe alkoi 1800-luvun puolesta välistä jatkuen maailmansotien väliin. Merenkulku ja kaupankäynti nopeuttivat lajin levittytymistä Euroopassa ja myöhemmin etenkin Etelä-Amerikkaan, sillä olihan Englanti tuohon aikaan yksi maailman taloudellisista ja poliittisista suurvalloista. Itse pelin ensimmäiseen kehitys-

vaiheeseen kuului paljon yhtäläisyyksiä ja myös eroavuuksia nykyiseen jalkapalloon verrattuna. Peliin syntyi selkeät säännöt, pelikentän merkinnät, pelaajien ja tuomareiden velvollisuudet, eivätkä ne ole paljoa muuttuneet 150 vuoden aikana. Muun muassa rajaheitot, vapaa- ja kulmapotkut ovat pysyneet samoina ja paitsiosääntökin pysyi perustaltaan samana 1920-luvulta 1990-luvulle saakka. Erot alkuaikoihin verrattuna löytyvät dramaattisen selkeästi pelaajien fyysisyydessä, pelin tempossa ja taktisuudessa. Jalkapallon aseman vahvistumiseen 1900-luvun alussa vaikutti merkittävästi sosiaalisen pohjan laajentuminen. Päinvastoin kuin toinen elitistinen laji kriketti, jalkapallo muuttui opiskelijoiden ja eliitin harrastuksesta suuria massoja kiinnostavaksi lajiksi. Tämä edesauttoi miesten uuden harrastuksen, penkkiurheilun syntymistä ja tämä loi lopulta kannattamiskulttuurin alkamisen. (Itkonen 2007, 11 – 12.)

Jalkapallon suosiota tai harrastajamääriä ei voida laskea tai niitä voidaan esittää monella eri tavalla. On kuitenkin selvää, että jalkapallo on useimmissa maissa harrastetuin laji niin Euroopassa, Amerikoissa, Aasiassa kuin Afrikan maissakin. Varovaisten arvioiden mukaan jalkapalloa harrastaa nykyään vähintään 250 miljoonaa ihmistä ja miljardit ihmiset seuraavat sitä. Lisäksi lajilla on valtava kulttuurillinen ja jopa poliittinen merkitys, jos verrataan muihin urheilulajeihin. Yksinkertaisin selitys jalkapallon voittokulussa erittäin massiiviseksi viihdeteollisuuden haaraksi pohjautuu siihen, että jalkapallo pystyy ylläpitämään ja lisäämään suosiotaan, koska se on jo niin suosittua, että kaikki haluavat mukaan valtavirtaan. Jalkapallon huumaa voidaan lähestyä ihmisen omien kokemusten kautta, sillä käytännössä pieni lapsi voi pelata jalkapalloa vanhan mummonsa kanssa missä olosuhteissa tahansa. Varsinaisen joukkueessa pelaamisen matalan kynnyksen takia, laji vetää kaiken ikäiset mukaan ympäri maailmaa ja koukuttaa ihmiset mukaan, niin kentälle kuin taustajoukoiksi ja kannattajiksi. Käytännössä ei tarvita kuin pallo, niin pelit pyörähtävät käyntiin niin Rooman kivipihoilla, Afrikan savanneilla kuin Rion hiekkarannoilla ja samalla koetaan suuria tunteita niin kentällä kuin sen laidoilla. (Itkonen 2007, 11, 21.)

Nykyaikainen jalkapallo levisi Englannista Manner-Eurooppaan 1870-luvulta lähtien ja kansainvälinen kattojärjestö FIFA perustettiin vuonna 1904. Kun olympialaiset eivät hyväksyneet ammattiurheilijoita, päätti FIFA aloittaa maailmanmestaruuskilpailut vuonna 1930. Nämä Uruguayssa järjestetyt kilpailut olivat ensimmäiset urheilukilpailut, joista tiedotusvälineet kiinnostuivat, sillä 1930-luvun alussa radiotekniikka oli edistynyt siihen vaiheeseen, että suorat lähetykset ympäri maailmaa olivat mahdollisia. Tämä oli lopullinen sysäys jalkapallon kehittämisessä suosituimmaksi lajiksi ja televisioinnin mukaan tulo 1950-luvulla vain vankisti lajin voittokulkua maailmalla. (Kanerva 2003, 15.)

Lisäsyitä valtavaan jalkapallon menestykseen tulee lajin taktisuudesta. Jalkapallon taktisuus kehittyi ja kehittyi edelleen eri suuntiin eri puolilla maailmaa ja aina tulee uusia, jalkapallomaailmaa mullistavia joukkuetaktiikoita, joita niin valmentajat kuin penkkiurheilijat

yrittävät selittää, ratkaista ja löytää vastalääkkeitä niiden voittamiseen. Kuitenkin vaikka kuinka mahtavia taktiikoita kehitetään, niin yksittäiset pelaajat voivat omilla teknisillä ominaisuuksilla ratkaista otteluja päättymään pienemmän, ennalta heikomman tai vajaalla pelaavan joukkueen voitoksi. Yksilöiden fyysisyys, taidot ja joukkueiden yhteispelin merkitysten verkot muodostivat jo sata vuotta sitten suuren mielenkiinnon ja mielenkiinnon hiihkimiselle ei näy loppua. Päällisin puolin jaloilla tapahtuvan pelaamisen motoriikan haastavuus yhdistettynä pallon pyöreyteen tekee lajista vaikean, mutta samalla onnistumisten elämysten helppouden voi kokea kuka tahansa. Lisäksi, jos vertailukohdaksi otetaan yksilöllistä suorituskykyä korostavat lajit, niin jalkapallon kiehtovuus liittyy sen oleelliseen osaan, joukkueurheiluun. Joukkue koostuu erilaisista rooleista, tehtävistä ja yhteispelistä, mutta antaa tilaa sooloiluun, muista erottumiseen ja jopa diivailuun. Ei pidä myöskään unohtaa kentän kokoja ja säiden sekä olosuhteiden vaihtelua tämän lajin viihteellisyyden ja hienouksien analysoinneissa. Tätä kautta miljardit lajin seuraajat saavat yhteenkuuluvuuden tunteen, jännittämisen, yllättävät lopputulokset ja seurattavakseen uusia suosikkeja, esikuvia, idoleita, unelmajoukkueita ja myös pahimpia vihollisia. (Itkonen 2007, 22 – 23.)

2.1 Suomalaisen jalkapallon synty

Suomi on yksi harvoista maista, joissa jalkapallo ei ole koskaan ollut maan ykköslaji, mutta jo pitkään jalkapallossa on ollut suurimmat harrastajamäärät ja lisenssi-pelaajamäärät. (SLU:n liikuntatutkimukset vuosina 2009 - 2010). Jalkapallo tuli Suomeen englantilaisten merimiesten mukana 1800-luvun viimeisinä vuosikymmeninä. Urheilu oli siihen aikaan pääasiassa voimistelua, talvisin luistelua ja voimailu-urheilua. Suomalainen jalkapalloilu kehittyi samaa tahtia muiden Euroopan maiden jalkapallon kanssa 1930-luvulle saakka. Silloin siirryttiin myös sarjamuotoiseen kilpailutoimintaan ja laji levisi pikku hiljaa rannikko-kaupungeista sisämaahan. Lajin kasvamisen kannalta ratkaiseva käänne muihin Euroopan maihin nähden lajin kehityksessä ja laajentumisessa koko Suomeen tapahtui maailmansotien välisenä aikana. Silloinen vahva urheiluideologi Lauri ”Tahko” Pihkala kehitti pesäpallon ja hän ei koskaan innostunut jalkapallosta. Hänen ideastaan 1930-luvun alussa alkoi Suojeluskunta levittää maanpuolustushengessä pesäpalloa vahvasti ja systemaattisesti varsinkin maaseudulle, jossa enemmistö ihmisistä asui. Pitkät talvikaudet ja lajikamppailu pesäpallon ja yleisurheilun kanssa vaikuttivat jalkapallon hitaaseen juurtumiseen Suomen maaseudulle. Jalkapallo jäikin pitkäksi aikaa vain kaupunkien ja teollisuuskeskusten lajiksi ja sillä on osavaikutus siihen, että se ei ole noussut vieläkään valtalajiksi, kuten monessa muussa Euroopan maassa. (Itkonen 2007, 13 – 14.)

Ongelmat suomalaisessa urheilukentässä ja jalkapallon kehittämisessä eivät johtuneet ainoastaan pohjoisesta sijainnista, vaan myös sisällissodasta, joka vuonna 1918 jakoi myös urheilun vahvasti porvari- ja työväenurheiluun. Kaikista vaikeuksista huolimatta jalkapallo kiinnosti yleisöä Suomessa sillä 1960-luvun puolivälissä yleisömäärät olivat samaa tasoa kuin 2000-luvulla. Maailmanlaajuisesti 1960-luvulla kansainvälistyminen näkyi siinä, että Eurooppalainen huippujalkapalloilu muuttui ammattuurheiluksi ja pelaajia värvähtiin ympäri maailmaa. Myös suomalaiset joukkueet osallistuivat eurooppalaiseen kilpailumintaan ja sitä kautta jalkapallon kiinnostavuus kasvoi ja loi pelaajille mahdollisuuden siirtyä ammattilaisiksi ja samalla yleisö sai uusia tähtiä seurattavakseen. Kansainvälistymisen jatkuminen 1970- ja 1980-luvuilla oli merkittävää ja jalkapallon harrastajamäärät tuplaantuivat 60 lukuun verrattuna. Yleisömäärät eivät kuitenkaan nousseet, vaan päinvastoin laskivat 1960-luvun puolivälin katsojamääristä. Tätä selitettiin television välittämän kansainvälisen jalkapallon kasvulla ja erityisesti arvokisavuodet vähensivät kotimaisen mestaruussarjan katsojakeskiarvoja. (Itkonen 2007, 16 – 18.)

2.2 Fanius ja kannattajatoiminta ilmiönä

Ilmiönä fanius kuuluu populaarikulttuuriin ja siten myös urheilun maailmaan. Suomessa käsite faniudesta on nykyään neutraali ja helposti ymmärrettävissä. Termiä käytetään kuvaamaan niin yksittäistä harrastajaa kuin suurempaa yleisömäärää. Termi ”fan” tulee englannin kielen sanasta fanatic (fanaatikko), joka viittaa intoilijaan ja innokkaaseen ihailijaan. Englannissa termiä on käytetty jo 1800-luvun lopussa kuvaamaan urheilujoukkueen kannattamista. Urheilujournalismissa fani termiä voidaan käyttää kuvaamaan koko yleisöä tyyliin ”6 000 suomalaista koripallofania matkusti Espanjaan seuraamaan Suomen otteita”. Faniutta on usein pidetty jopa patologisena poikkeavuutena, äärimmäisyytenä ja arkisen kohtuullisuuden ylittävänä innostumisena. Stereotyyppisesti fani toimii erilaisten tunneimpulssien pohjalta ja saattaa toimia jopa pakkomielteen omaisesti normaalina pidettyjen käytöstapojen yli. (Heinonen 2005, 28 – 29.)

Jalkapallon kannattamiseen liitetään usein negatiivinen assosiaatio. Jalkapallofanit mielletään helposti huligaaneiksi niin arkikielessä kuin julkisuudessa. Kaikki häiriökäyttäytymisen ei kuitenkaan ole huliganismia edes jalkapallostadioneilla. Usein ja väärin perustein media hakee mehukkaita otsikoita ja tekee uutisia äänekkäästä kannattamisesta negatiiviseen sävyyn. Samaistettaessa kannattajat huligaaneihin unohdetaan se, että urheilun seuraaminen on yksi suosituimmista kansanhuveista ja että suurimman osan yleisöä ja faneja muodostavat ihan tavalliset ihmiset. (Heinonen 2005, 29 – 30.)

3 Kuvaus suomalaisesta jalkapallon kannattajatoiminnasta

Suomalaisten jalkapallon kannattajaryhmien tarkempi määrittäminen on haastavaa, sillä vain harva kannattajaryhmä on rekisteröitynyt. Jo pelkästään terminologia jakaa mielipiteitä, mutta yleisesti ottaen jalkapalloa aktiivisesti seuraavat mieltävät itsensä kannattajiksi ja kokevat fani- sanan käytön vieraaksi ja jopa halveeraavaksi. Fanittaminen kuuluu enemmän musiikin ja muusikoiden seuraamiseen ja fanittamisen kohde voi muuttua vuodesta tai kaudesta toiseen. Yleensä jalkapallon kannattamisen kohde ei muutu, vaan omaa seuraa seurataan ja kannatetaan eikä kohdetta vaihdeta, kuin äärimmäisissä tilanteissa. Suomalaiset ryhmät eivät yleensä taltioi kokoontumisiaan tai osallistujat eivät välttämättä edes tunne toisiaan kuin lempinimillä tai ovat vain moikkailututtuja, kun kohtaavat. (Kuusi-nen 25.9.2014.)

Jalkapalloa Suomessa seuraavat tietävät, että Suomessakin on kannattajaryhmiä, mutta erittäin harva osaa kertoa, kuinka paljon kannattajia on oikeasti Veikkausliigaotteluissa. Yleisesti ottaen yleisökeskiarvo on hieman tippunut 2000- luvun alun jälkeen. Esimerkiksi yleisökeskiarvo kaudella 2005 oli 2695, kun se kaudella 2014 oli 2045 katsojaa (Veikkausliiga nettisivut). Vasta kahtena edellisvuotena on otteluiden kannattajaryhmien lukumääriä dokumentoitu turvapäälliköiden toimesta. Nykyään jokaisella joukkueella on olemassa selkeät kannattajaryhmät ja ne liikkuvat myös vierasotteluihin. Turvaraporttien mukaan vieraskannattajien määrän keskiarvo oli kaudella 2014 suhteellisen vaatimattomat 18 henkilöä ja kokonaisuudessaan 198 Veikkausliigaottelussa vieraskannattajia oli 3649. Kun tähän lisätään kotijoukkueen kannattajaryhmät (yhteensä 10 455 henkilöä eli keskimäärin 53 kotijoukkueen kannattajaa), saadaan jokaiseen otteluun 71 kannattajaryhmän jäsentä. Tähän tilastoon lasketaan ne henkilöt, jotka ovat olleet kannattajaryhmille tarkoitetuissa katsomon osissa. Tämä tilasto ei aivan osoita, sitä miten esim. turvaorganisaatiot joutuvat varautumaan otteluihin, mutta ymmärrettävästi turvaorganisaation kokoon kannattajaryhmillä on suuri vaikutus ja sitä kautta suoraan seurojen talouteen. Esimerkiksi HJK:n vierasottelujen kannattajakeskiarvo on 49,5 katsojaa ja suurimmillaan kannattajaryhmässä oli yhteensä 228 henkilöä (ottelussa FC Honka - HJK). Tiedot ovat Palloliiton turvapalautteista ja ne eivät ole kaikilta osiltaan julkisia. (Liite 3)

Jalkapalloilu Suomessakin on erittäin kansainvälistä ja Veikkausliigassa pelaa useita kymmeniä ulkomaalaisia pelaajia. (Liite 4) Esimerkiksi HJK:n hankkiessa kaksi japanilaista pelaajaa vaikutus ensimmäiseen kotiotteluun oli selvä. Helsingin Sanomat uutisoi nettisivuillaan: HJK:n japanilaispelaajien Atom Tanakan ja Mike Havenaarin vaikutus näkyi katsomossa jo heti HJK:n ensimmäisessä Veikkausliigan kotiottelussa 19. huhtikuuta. Kolmisen kymmentä Suomessa asuvaa japanilaista kausikorttilaista saa oman pienen

osastonsa Sonera-stadionin pääkatsomoon. Pääkatsomon Japani-sektion ympärille on jätetty tyhjiä paikkoja, jotta kausikortin ostaneet japanilaiset saavat tuotua peliin ystäviään. (HS 10.4.2015)

Varsinaisten kannattajaryhmien toiminta vaihtelee oleellisesti myös aktiivisuudeltaan toistaan. Fan Club Forza HJK on yksi harvoista rekisteröidyistä kannattajaryhmistä ja heidän säännöissään määritellään toimintaa näin:

1§ Tarkoitus ja toiminta

1. Tarkoitus

Yhdistyksen tarkoituksena on toimia Helsingin Jalkapalloklubin kannattajien yhdyssiteenä, kannustaa HJK:ta sekä edistää jalkapallo- ja fanikulttuuria positiivisessa hengessä. Yhdistys lisää samoin ajattelevien ihmisten kanssakäymistä ja tarjoaa heille toimintafoorumia.

2. Toiminta

Tarkoituksensa toteuttamiseksi yhdistys kehittää ja ylläpitää faniseuransa näkyvyyttä ja tunnelmaa kotiotteluissa ja järjestää jäsenilleen ottelumatkoja sekä tapaamis- ja vapaa-ajanviettolaisuuksia.

Toiminnan rahoittamiseen yhdistys käyttää sille osoitettuja varoja. Yhdistyksellä on oikeus omistaa kiinteää ja irtainta omaisuutta sekä ottaa vastaan avustuksia, lahjoituksia ja testamentteja, toimeenpanna arpajaisia ja rahankeräyksiä sekä periä jäsenmaksuja. Yhdistys harjoittaa toimintaansa liittyvää julkaisutoimintaa sekä sellaista ansiotoimintaa, joka välittömästi liittyy sen tarkoituksen toteuttamiseen tai jota on pidettävä taloudellisesti vähäarvoisena.

Yhdistys on uskonnollisesti tai poliittisesti sitoutumaton. Toiminnan tarkoitus ei ole taloudellisen ansion tai voiton hankkiminen siihen osallistuville.

(Fan Club Forza HJK:n säännöt)

Toiminnan luonteen vuoksi kannattajatoiminnasta ja sen synnystä on yleensä vähän taltioitua tietoa, mutta esimerkiksi kannattajien laajalti omana viestintävälineenä toimivassa Fufisforumissa on topiikki eli keskustelu alkuaikojen kannattajaryhmistä ja siitä milloin toiminta on alkanut eri kaupungeissa. Keskustelu, jonka on aloittanut nimimerkki Möpsi 2.10.2007, avaa varsinaisen yhteisöllisen kannattajatoiminnan alkuaikoja. Topiikki alkaa listauksella eri kannattajaryhmien aloitusvuosista ja se kertoo, että Suomen pääsarjoissa kannattajat alkoivat ryhmäytyä vuoden 1995 jälkeen. Ensimmäisenä varsinaisena selvänä kannattajaryhmänä, joka nimesi itsensä, seurasi joukkuetta säännöllisesti ja muutenkin profiloitui, oli vuonna 1996 TP-Seinäjoen kannattajaryhmä nimeltään Oranssi Armeija.

Vuonna 1998 ryhmiä syntyi Lahteen, Vaasaan, Vantaalle, Poriin ja Turkuun, mutta jokainen näistä ryhmistä on lopettanut toimintansa. Tämän listauksen mukaan vanhimmat vielä toiminnassa olevat kannattajaryhmät ovat Turun Interin Ultraboyz ja HJK:n Forza HJK ry vuodelta 1999. Tosin jo paljon aikaisemmin on raportoitu kannattajaryhmien vauhdikkaista matkoista mm. vuoden 1979 SM-sarjaotteluun Oulusta Kuopioon yli sadan hengen ryhmässä ja tässä ottelussa poliisit olivat liiankin kovakouraisesti kohdelleet vierasjoukkueen kannattajia. Toinen mielenkiintoinen esimerkki liittyy kannattajien matkasta junalla vuonna 1989 Kuopiosta Helsinkiin Cupin finaaliin 400 hengen voimin. Raportoinnit ovat mm. sanomalehti Kalevan ja Savon Sanomien sivuilta eli suhteellisen luotettavista lähteistä. Futisforumilla on myös listaus kannattajatoiminnan tilanteesta 2010 – luvulta. El blanco-nimimerkki listasi kannattajaryhmien tilanteen 17.3.2011 seuraavasti:

LIIGA:

Haka: Hakapeliitat

Honka: HK05

Inter: Armada, Ultraboyz

JJK: Harjun Pojat

FF Jaro: Jarosällskapet

HJK: Forza HJK, Sakilaiset, S140, HJK-kannattajat, SVHK (?)

IFK Mariehamn: Green Mean Machine

KuPS: Banzai (+ Kapakka-Banzai), KPO Crew, Kuopio 90's

MyPa: MyPassion (?)

RoPS: Tokka, RoPS Ultras 08 (?)

TamU: Sinikaarti

TPS: Sissiryhmä, TPS-kannattajat (Raitapaidat), Southern Crew 09

VPS: Geezers Hietalahti

Liitteessä 1 on lisäksi lista Ykkösen ja Kakkosen kannattajaryhmistä.

(Futisfoorum, Möpsi. 9.10.2007)

Listaus osoittaa mielenkiintoisen yksityiskohdan. Silloisen Kakkosen seura SJK, joka nykyään pelaa Veikkausliigaa, oli ensimmäinen seura Suomessa, joka palkkasi seuran toimistolle vuonna 2014 kannattajan hoitamaan kannattajiin liittyviä asioita SLO:na. (Paski 11.2.2015). Lisäksi useampi ryhmä on vaihtanut nimensä tai lopettanut.

Suomalaisen kannattajatoiminnan yhtenä ominaispiirteenä on valitettavasti jatkuvuuteen liittyvät ongelmat. Toiminta henkilöityy usein vain muutamiin aktiivisiin henkilöihin ja heidän innokkuuteensa koota ryhmiä ja järjestää esimerkiksi vierasmatkoja. Useasti kannattajaryhmätoiminta on lähtenyt tiiviin nuorehkon kaveriporukan innostuksesta ja heidän

ympärilleen on kasaantunut muita henkilöitä. Kuitenkin ydinryhmien vanheneminen, perhetaustan muuttuminen, paikkakuntien vaihtumiset opiskelun tai työn perässä yms. syyt ovat voineet aiheuttaa koko kannattajaryhmän toiminnan hiipumisen. Kannattajaryhmien lopettamisen syitä on myös listattu Futisfoorumilla.

1. *Kannattajakulttuurin ohuus*

Ryhmiä ei ensinnäkään synny, ellei kolme perusedellytystä toteudu: Menestys, Menestys, Menestys. Menestys on suhteellista. Joissakin tapauksissa se tarkoittaa nousua pääsarjaan, joissakin pääsyä cupin finaaliin ja joissakin hyviä pelejä UCL:ssä. Kun perusedellytykset poistuvat ryhmät hiipuvat. Kannattajuus periytyy harvoin.

2. *Seura katoaa*

3. *Ydinjoukon innostuksen loppuminen* (yleensä ikä ja muut luonnolliset syyt)

4. *Ylhäältä (esim. seurasta) ohjaus*. Kannattamisen idean on lähdettävä osallistujista.

(Futisfoorum, Möpsi 9.10.2007)

Ehkä mielenkiintoisin kohta kannattajakulttuurin kehittämisessä liittyy kohtaan neljä eli ryhmien liiallinen ylhäältä ohjaaminen. Palloliiton, Veikkausliigan tai seurojen rooli on haastava, sillä yksi kannattajatoiminnan perusasioista on järjestäytymättömyys, anonyymisyys, liiallisen ohjattavuuden välttäminen, puskaradion tai epävirallisen tiedon välittämisen salamyhkäisyys, auktoriteettien halveksuminen ja myös sääntöjen ja määräysten aiheuttama turhautumisen korostaminen. Nämä syyt aiheuttavat sen, että on erittäin vaikeaa löytää kontaktihenkilöitä, jotka haluavat omalla nimellään ja kasvoillaan profiloitua kannattajaryhmän johtohenkilöksi. Myös kansainvälisesti kannattajilla on ennakkoasenteita kattojärjestöä ja sarjatoimintaa järjestäviä tahoja kohtaan. Ennakkoasenteet johtuvat mm. siitä, että esimerkiksi Palloliiton alainen kurinpitovaliokunta antaa kannattajien huonosta käytöksestä sakkoja seuroille ja sitä kautta koetaan, että Palloliiton rooli on jo alun perin negatiivinen ja kannattajia vastaan.

Palloliiton ja Veikkausliigan järjestämän yhteen kokoon kutsutun kannattajatoiminnan tukeminen ja ohjaaminen suomalaisissa Veikkausliigaseuroissa on ottanut ensi askeleensa vuonna 2012. Silloin seuroilta pyydettiin listausta sekä kannattajaryhmän kontaktihenkilöstä (SLO) että seuran edustajasta, johon vierasjoukkueen kannattajat voivat olla yhteydessä. Toiminnalle tyypillisesti vuoden 2012 SLO-listasta vain yksi jatkaa kaudella 2015. Toki joukkueita on vaihtunut pääsarjassa, mutta tämä vaihtuvuus osoittaa, että jatkuvuus ei ole

kovin suurta. Vaihtuvuus aiheuttaa omat haasteensa, mutta on hienoa, että jokainen seura on ymmärtänyt SLO toiminnan tärkeyden.

Liitteessä 2 oleva taulukko osoittaa, että osassa seuroista on jo saatu SLO:lle seuran järjestämä sähköposti tai heillä on SLO:hon tai kannattamiseen viittaavat sähköpostiosoitteet, kuten FC Interillä meilit interinkannattajat@ tai slo@ultraboyz.net tai SJK:lla kannattajat@sjk2007.fi.

4 Jalkapallon kannattajatoiminnan malleja

4.1 UEFA:n malli kannattajatoiminnan kehittämisessä

Euroopan jalkapallon kattojärjestö, UEFA on luonut kannattajatoiminnan aloittamisen mallin. Suomen Palloliitto on sitoutunut noudattamaan FIFA:n ja UEFA:n sääntöjä. Palloliiton järjestämiin sarjoihin voivat osallistua seurat, jotka hyväksyvät Palloliiton säännöt. Säännöissä lukee mm. seuraavaa:

2 § Tarkoitus, eettiset periaatteet ja arvot

Liiton tarkoituksena on valtakunnallisena urheilun lajiliittona johtaa, valvoa ja ohjata Suomessa jalkapalloilun ja futsalin kehitystä ja olla jalkapalloilua ja futsalia harrastavien ja liittoon kuuluvien jäsenpiirien ja seurojen yhdyssiteenä. (Suomen Palloliitto ry:n säännöt, §2)

UEFA toimii jalkapallon lajiliittojen kattojärjestönä ja sitä kautta ohjaa toimintaa ympäri Eurooppaa. Suomi oli yksi UEFA:n perustajajäsenistä ja suomalaiset seurat osallistuvat UEFA:n alaisiin seurakilpailuihin, joista tunnetuin on Champions League eli mestareiden liiga.

UEFA:lla on omat säännöt ja määräykset ja niiden artikkelit, jotka ohjaavat toimintaa eri ala-asteilla. Yksi uusimmista artikloista on artikla 35, joka pohjautuu vuonna 2010 UEFA:n seuralisenssi- ja taloussäännöksiin (UEFA Club Licensing and Financial Fair Play Regulations). Artikla vaatii jokaisen seuran Euroopassa nimeämäänsä kannattajien kontaktihenkilön (Supporter Liaison Officer, SLO) kaudelle 2012/2013.

Artikla 35:ssä esitetään seuraavat tavoitteet:

- Kansallisen ja Euroopan tason SLO verkostojen muodostaminen edistämään tiedon kulkua ja parhaiden käytäntöjen jakamista ja parantamaan suhteita eri toimijoiden välillä, ottaen huomioon erityisesti kannattajien ja seuran johdon, omistajien ja turva- ja turvallisuusorganisaatioitten suhteet.
- Tiedonkulun varmistaminen seuran ja kannattajien välillä sekä kannattajien määrysten vastaisen käyttäytymisen vähentäminen.
- Tavoitteena on kannattajien toiveiden ja osaamisen parempi liittäminen tukemaan seurojen päätöksentekoa.
- Tavoitteena on organisoitumattomien kannattajajoukkojen liittyminen yhteen ja heidän toiminnan tukeminen. Paremminkin organisoiduilla kannattajajoukoilla on suu-rempi voimaa saada äänensä kuuluviin ja SLO tarjoaa paremman mahdollisuuden, että tämä ääni kuuluu. (Supporters Direct kotisivu)

Suomessa Veikkausliigaseuroilta on jo vuodesta 2012 kerätty lista, josta selviää jokaisen seuran faniyhdyshenkilö. Lista on käytännössä muodostunut seurojen markkinoinnista

vastaavista markkinointipäälliköistä, kannattajista tai turvapäälliköistä. (Liite 2) Selvästi paras malli on ollut sellainen, että kannattaja on nimetty SLO:ksi ja hänellä on seuran sisällä yksi selkeä kumppani, joka vie SLO:lta tulleita asioita eteenpäin seuran sisällä. Tällaisessa mallissa SLO tuntee parhaiten kannattajat ja heidän tarpeensa ja samalla SLO voi edistää seuran varainhankintaa, imagoa ja ottelutapahtumien ilmettä. (Paski. 11.2.2015)

UEFA:n malli toimii pohjana eri maiden kannattajatoiminnan kehittämiseksi. Jokainen maa sopeuttaa toimintamallinsa olemassa oleviin olosuhteisiin. Alla on kerrottu esimerkkejä suomalaisten kannattajaryhmien toiminnasta ja tehty kooste eurooppalaisista malleista.

Useimmissa Euroopan maan jalkapalloliitoissa ja valtaosassa eurooppalaisista pääsarjaseuroista on palkattu henkilö toimistolle töihin (koko- tai osa-aikaiseksi) rakentamaan parempaa yhteistyötä omien fanien ja seuran välille. Suomessa toiminta on tapahtunut pääasiallisesti vapaaehtoisvoimin. SLO:n tärkein tehtävä on yhdistää eri tahoja: seuraa, joukkuetta, turvaa, stadionin henkilökuntaa. SLO on myös kontaktihenkilö, jonka välityksellä seurat ovat yhteydessä toisiinsa otteluun liittyvissä asioissa (esim. katsomo-osan palvelut, parkkipaikat, liikkumiset, pubit joihin kannattajat ohjataan, pubit joita pitää välttää (vastustajien kannattajille tarkoitettuja), pääsylippuihin liittyvät kysymykset yms.).

SLO on lähes aina yksi faneista. Hänellä tulisi olla fanien luottamus sekä valtaa fanien keskuudessa. SLO:n tulisi lisäksi olla kommunikaatiotaitoinen ja luotettava henkilö myös seuran toimijoiden mielestä. Parhaassa tapauksessa SLO tuntee fanit henkilökohtaisesti, nimeltä ja tietää heidän tapansa. Hänen tulisi olla valmis ottamaan vastaan kritiikkiä, kuunnella palautetta ja suodattamaan se eteenpäin. SLO:lle haastavin tilanne syntyy siitä, jos hän menettää kasvonsa kannattajia kohtaan. (Italian NFIP:n ohjeistus SLO:lle, 9-10.)

4.2 Esimerkkejä SLO-toiminnasta Suomessa

Esimerkki 1 Suomesta

SLO toiminta Veikkausliigassa on alkuvaiheessa, mutta pikku hiljaa toiminta on saatu liikkeelle. Alla on ote 19.4.2015 pelatun Veikkausliigaottelun KTP- KuPS turvaraportista. Raportista tulee esille SLO:n rooli. Turvaraportti:

"Kauden kotiavaus vieraskentällä. Kotijoukkueen SLO tiedustellut Kuopiosta vierasfaneista ottelua edeltävällä viikolla. Vastauksia faneista tulee niukasti -> Kuopion SLO.

Jostakin tietoa saatiin, että 20 - 60 henkilöä mahdollisesti tulee. Kuopion fanit ehtivät asentaa vierasfanikatsomoon "teletappi banderollin", jossa teksti ACAP. Poistettu hyvässä ymmärryksessä muovikassiin ja valokuvaa ei ehditty ottaa. Kotkan faneilla muutamia epäasiallisia huutoja, loppuneet huomautuksen jälkeen."

Tämä kuvastaa hyvin, että seuran turvaorganisaatio käyttää SLO:lta saatuja tietoja hyväkseen ja samalla seuralla on kontakti kannattajiin.

Esimerkki 2 Suomesta

Toinen kommentti on MIFK:n turvapäälliköltä kauden 2015 Veikkausliigan toisen kierroksen ottelusta 19.4.2015 Maarianhaminasta ja vieraskannattajien käytöksestä. Tässä otteessa oli turvallisuuteen liittyviä poikkeavia tapahtumia, mutta kun asiat hoidetaan hyvin ja yhteistyössä, niin raporttien saatetekstit ovat tämän kaltaisia:

"Hei.

Odoteltiin pahempaa mutta kivaa kun kaikki meni näinkin hyvin.

Kaikki olivat iloisia ja tietenkin on aina kiva kun kuulee vieraskannattajien sanovan, että tällä kertaa eivät viitsi keksiä mitään tyhmää kun kaikki ovat niin ystävällisiä ;-)

/Christa "

4.3 Esimerkkejä SLO-toiminnan kehittamisestä Euroopassa

Esimerkki 3 Euroopasta

Berliinissä 13 - 14.10.2011 UEFA:n järjestämässä Supporter Liason Officer Workshopissa keskusteltiin kannattajatoiminnan kehittamisestä. Suomesta paikalla oli Ville Nylund. Seminaarissa todettiin, että SLO-toimintaa tulee suunnata enemmän normaalikannattamiseen. Usein fanittaminen tulee esille negatiivisena ja muutamien ihmisten aiheuttamana ongelmana. Toiminnan yleistavoitteeksi voidaan asettaa paremman tunnelman aikaansaaminen otteluissa. Toiveena on myös vähentää ongelmia ja näin saada tyytyväisempiä katselijoita eli asiakkaita. Yhteistyön lisääminen eri toimijoiden välillä on myös yhtenä tavoitteena.

Alla on listattu esimerkkejä ja kokemuksia Euroopasta. Listat toimivat suunnanantajina, kun eri maissa aloitetaan kehittämään kannattajatoiminnan yhdyshenkilön roolia.

SLO:n työtä helpottavia asioita:

- Perusinfra kunnossa: puhelin, meiliosoite, käyntikortti, vaatetus, stadionkulkulupa, flyjerit, facebook (onnistuuko Veikkausliigan yleisakkreditointi/kausikortti esim. bannereiden kiinnitykseen?).

- Sovittava pelisäännöt SLO toiminnasta: kuluja matkustamisesta, järjestelyistä (tapaamiset), muista mahdollisista kustannuksista. Vaatimuksia SLO:ta kohtaan on ainakin alkuvaiheessa turha liikaa asettaa.
- SLO:n tulisi laatia ohjepaketti omasta seurasta, joukkueesta, lippujen hinnoista, kotistadionista ja kotiotteluista vierasjoukkueiden faneille. Seura varmaan auttaa tässä.

UEFA:n järjestämässä Workshopissa keskusteltiin myös SLO:n tehtävistä. Alle on koottu luettelo SLO:n mahdollisesta roolista. Lista antaa viitteitä siitä, minkälainen SLO:n työnkuva voisi olla.

Esimerkkejä SLO:n toiminnasta ja tehtävistä:

- SLO:n työ on aikalailla samaa niin isossa kuin pienessä pelissä.
- Seuran tulisi julkisesti vahvistaa SLO:n asema (nettisivut, haastattelu seuran lehteen).
- Jos faneilla on nettisivut, niin olisi hyvä saada seuran nettisivuille linkki.
- SLO järjestää vieraspelien matkajärjestelyt, kuten linja-auton tilaamisen ja faneille tiedottamisen matkasta.
- SLO:n toiminta on myös ongelmien ennaltaehkäisyä – seuran taloudellinen etu (sakot)
- SLO:n on huomioitava erityistarpeet, kuten esimerkiksi tiedostaa liikuntarajoitteisten katsomon olemassaolo
- Otteluissa SLO:n on oltava paikalla ajoissa. On hyvä pitää lyhyt palaveri seuran kanssa ennen ottelua.
- Avauskokoonpano saatetaan SLO:lle tietoon samalla kun se annetaan medialle.
- SLO:lla on hyvä olla tiedonjakokanava: e-mail postituslista faneille, twitter-tili tai facebook-sivut ja mahdollinen newsletter, jossa kerrotaan postitukset, kokoontumispaikka, oma portti, oma katsomonosa, Capo-toiminnan (huutosakin vetäjän) tukeminen, tifo-tavaravarasto, fanien väliset ottelut.
- SLO järjestää mahdollisen SLO:n infopisteen esim. fanimyynnin yhteydessä.
- SLO järjestää tapaamisia (fanit keskenään, pelaajat, valmentajat, seura).
- SLO pitää yhteyttä turvahenkilökuntaan tarvittaessa tarkoituksena vähentää ongelmia.
- Fanitoiminnan mahdollisen sloganin suunnittelu: More than 90 minutes
- SLO:n aktiivinen rooli yhteystietojen keräämisessä faneilta, ilmoituksen laittamisen seuran sivuille ja tiedotteiden laatiminen, sähköpostin lähettäminen faneille ja tapaamisten sopiminen (mukaan kysymys, mistä voitaisiin jutella?)

- Kun toiminta on vakiintunut, niin turvapuoli, ottelujärjestäjä, seuran edustaja voisivat esitellä toimintaansa toisilleen, jotta saadaan roolit ja tehtävät tulisivat selviksi
- SLO voi olla mukana muistuttamassa turvaorganisaation palvelualttiuden tärkeydestä
- SLO:n mahdollinen nettisivu, meiliosoite tai puhelin olisi toivottavaa.
- Hard core- fanien kanssa tulee toimia yhteistyössä. Heille pitää tehdä säännöt selväksi ja tarvittaessa perustella sääntöjä (esim. UEFA:n määräysten avaaminen).
- Fanittamiseen liittyvä turvasloganin kehittäminen yhdessä kannattajien kanssa: Football safety - Suojaamme jalkapalloa.
- Kehityssuunnitelman laatimien tuleville faneille: Perhekatsomo, lastenhoitopaikka, vaipanvaihtopaikka/ vessat, maskotti, touhuparkki (leluja, DVD-piste, kenttä, jossa palloja yms.), touhupussi osallistujille, korvatulpat, kuulokkeet).
- Kaikessa toiminnassa kommunikoinnin merkitys on oleellista.

Workshopissa kartoitettiin myös seurojen johdolle kysymyspatteristo, jonka avulla voidaan valmistella SLO:n toiminnan edellytyksiä ja seuraa hyväksymään SLO:n rooli osana jokapäiväistä toimintaa. Alla on yhteenveto kysymyksistä.

Kysymyksiä seuratohtajille:

- Tiedätkö, miten fanit käyttäytyvät/mitä tekevät/missä koontuvat/ketä he ovat?
- Kuka järjestää fanimatkat ja mitä kautta kyydit tulevat?
- Mitkä asiat hiertävät/mistä pitävät?
- Kuka/ketkä johtavat oikeasti fanien käyttäytymistä? Ovatko he mukana järjestäytyneinä?
- Mitä netissä tapahtuu liittyen fanittamiseen? Millä sivuilla?
- Miten ja missä fanit saavat äänensä kuuluviin?
- Onko seuran ja fanien välillä paljon kontaktia/väärinymmärrystä?
- Toimiiko kommunikointi ja kommunikoiko oikeat henkilöt?
- Ovatko fanit seurojen partnereita, osa seuraa vai vihollisia?
- Jos maksatte 50 000 euroa valmentajalle tai pelaajalle, niin oletteko valmiita satsumaamaan hyvään fanikulttuuriin pääsemiseen 2000 euroa?
- Onko seuralla mahdollisesti väärä asenne: Miksi auttaa sakkoja aiheuttavia faneja saatikka vierasfaneja?
- Onko Suomen Palloliitto valmis tukemaan tätä toimintaa? Toimiva seuran SLO-järjestelmä tukee maaottelujen tapahtumia. Tavoite tulee olla saada mahdollisimman suuret määrät faneja liikkeelle niin kansallisissa kuin kansainvälisissä otteluissa.

5 Suomalaisen SLO:n toimintaympäristö

Tässä luvussa on kerätty tietoa, jonka varaan työn tuloksena esitetty tavoitemalli on rakennettu. Luvussa kuvataan kannattajatoiminnan yhdyshenkilön toimintaympäristöä, esimerkkejä suomalaisista nykytoiminnoista ja eurooppalaisista ohjeistuksista sekä hahmotellaan kannattajatoiminnan haasteet ja tavoitteet yleisellä tasolla. Luvussa 6 on esitetty tämän luvun pohjalta luotu tavoitemalli.

5.1 Jalkapallon kannattajatoiminnan yhdyshenkilön toiminnan kohderyhmät

Kannattajatoiminnan yhdyshenkilö on avainhenkilö, jonka ympärillä toimii useita ottelupahtumaan tai kannattamiseen oleellisesti liittyviä toimijoita (kuva 1). Kannattajatoiminnan yhdyshenkilö on tekemisissä monien erilaisten intressiryhmien kanssa, joilla usein saattaa olla myös vastakkaisia tarpeita ja odotuksia ja kaikki ryhmät tarvitsevat erilaista tukea. Alla oleva kuvio esittää UEFA:n näkemyksen SLO:n toimintaympäristöstä.



Kuva 1. Kannattajatoiminnan yhdyshenkilön kohderyhmät (UEFA SLO Handbook, 14)

Omat kannattajat ovat SLO:n pääasiallinen kohderyhmä. Kannattajat ovat henkilökohtaisesti sitoutuneet kannattamiinsa seuroihin, mutta he eivät ole homogeeninen ryhmä ja heillä on erilaisia odotuksia ja tarpeita, joihin SLO:n on pyrittävä reagoimaan jokapäiväisessä työssään. Sama koskee muita kohderyhmiä. Kannattajille pelkkä ottelu on vain yksi, toki merkittävä osa kannattamisesta, mutta kannattamiseen kuuluu erittäin suurena osana stadionin ulkopuoliset hetket ja tekemiset. (Paski 11.2.2015).

Internet ja muu sosiaalinen media ovat erittäin merkittävässä osassa kannattajien yhteydenpidossa muiden kannattajien kanssa. Nettikirjoittelijoilla on iso vaikutus muihin kannattajiin ja he toimivat mielipidevaikuttajina niin hyvässä kuin pahassa. Suurin osa kannattajista on internetissä passiivisia ja vain seuraavat muiden kirjoittelua ja kommentointia.

SLO:lla on netin kautta hyvät mahdollisuudet saada kannattajiin yhteyttä ja SLO:n ei kannata lähteä kommentoimaan keskusteluja omilla henkilökohtaisilla mielipiteillään, vaan

suotavaa on pysytellä työroolissaan neutraalina ja lojaalina seuraa, pelaajia, kannattajia ja kaikkia muitakin toimijoita kohtaan. Rooli voisi olla enemmän informoijan, järjestelijän ja joukkojen kasaajan tehtäviin suuntautuvaa joukkojen johtamista. (Paski 11.2.2015)

Kannattajille tärkeä osa kannattajaryhmään kuulumisessa on sosiaalisuus. Siihen kuuluu mm. pubikulttuuri ja kokoontuminen tuttuihin paikkoihin ennen ottelua. Yleisesti ottaen mm. maajoukkueen kannattajien vieraspeleissä käymisen oleellisin osa on olla osana isompaa ryhmää, pitää hauskaa kavereiden kesken, spekuloida ottelua ja sen kulkua, itse matkustaminen, uusien kaupunkien, stadioneiden tai maiden näkeminen. Moni intohimoisimmista kannattajista harrastaa stadioneiden, eri jalkapallosarjojen tai maiden ”keräilyä”. Todennäköisesti maajoukkueen heikohkot tulokset karsinnoissa kautta aikojen ovat ohjanneet kannattajia pelkästä kannustamisesta enemmän ottelun ulkopuolisiin asioihin. Toki osalle kannattajista kannustamiseen ja joukkueen menestykseen suhtaudutaan erittäin voimakkaasti ja kovalla tunteella. SLO:lle on ensiarvoisen tärkeää ymmärtää koko kannattamisen dynamiikka ja kirjo. Kannattajia on turha yrittää laittaa tiettyyn kategoriaan. Kannattajaryhmät koostuvat eri sosioekonomisista ryhmistä. Lisäksi ikähaitari on lapsista eläkeläisiin. (Kuusinen 28.3.2015)

Media edelleen hakee otsikoita lehtiinsä ja valitettavasti kannattajien stereotypia löytyy häiriökäyttäytyvistä nuorisjoukoista. Häiriöihin ajautuvat henkilöt ovat kuitenkin pieni vähemmistö, niin suomessa kuin muualla Euroopassa. Häiriökäyttäytymistä hakevat henkilöt kykenevät agitoimaan muut mukaan ja taitavimmat tappeluiden organisoijat eivät itse osallistu varsinaisiin tappeluihin, vaan osaavat ohjata muut yhteenottoihin. Tämä pieni häiriöitä hakeva ryhmä voi saada isojakin ryhmiä aiheuttamaan ongelmia järjestyksenvalvojille.

Kannattajien kohtelulla voidaan aiheuttaa paljon hyvää tai paljon ongelmia. Kannattajia tulee kohdella normaaleina katsojina ja tasapuolisesti, vaikka olisivatkin vieraskannattajia. Kannattajille tulee olla asialliset palvelut, kuten myyntipisteet, omat sisääntulot vieraskannattajille, saniteettitilat ja mielellään samanlaiset katsomo-olosuhteet kuin muillakin kannattajilla. Tasapuoliseen kohteluun liittyy oleellisesti järjestyksenvalvojen käytös ja aika ajoin myös ns. normaalit kannattajat lähtevät mukaan hulinoihin. Suomalaiset kannattajaryhmät voivat olla viljejä ja provosoivat ja provosoituvat toisen joukkueen kannattajista, mutta erittäin harvoin he hakeutuvat todellisiin tappeluihin toisten ryhmien kanssa, varsinkin stadioneiden sisällä. Valitettavasti kuitenkin etukäteen järjestettyjä tappeluita on ollut useita kymmeniä viimeisen viiden vuoden aikana. Suomessa järjestyksenvalvonta ja poliisien toiminta on ennaltaehkäisevää ja toistaiseksi lähes kaikki pahemmat yhteydenotot on pystytty estämään. On kuitenkin muistettava, että SLO:n rooli tulee olla pääryhmän ohjaajana ja keskittyä heihin. Häiriökäyttäytyjien kanssa tulee toimia määrätietoisesti eikä väkivaltaisuuksia tule hyväksyä ja on pystyttävä reagoimaan ongelmiin. (Bohannan 9.4.2015)

5.2 Kannattajatoiminnan yhdyshenkilö

5.2.1 Yhdyshenkilön haasteet

Eurooppalainen jalkapallo on kohtaamassa vaikeita aikoja. Sekä pelaajat että kannattajat kohtaavat haasteet yhtä voimakkaasti, mutta eri näkökannoilta. Edelleen mm. Englannin Valioliigassa, Espanjan La Ligassa ja muutamissa Mestareiden liigan tasoissa joukkueissa maksetaan huikeita pelaajapalkkioita, mutta pelaajat jopa perinteisesti suurimmissa sarjoissa kärsivät seurojen huonosta taloustilanteesta. Kannattajat kokevat jäävänsä ilman huomiota tai vielä pahemmassa tapauksessa seurat katoavat heiltä talousvaikeuksien seurauksena. Yhtenä esimerkkinä toimii Parma, Italian Serie A:n perinteisimmistä seuroista, joka ajautui konkurssiin maaliskuussa 2015. (Helsingin Sanomat 20.3.2015)

Euroopan Unioni on antanut lausuntoja ja tehnyt päätöksiä, joissa jäsenmaita kehoitetaan huolehtimaan jalkapalloon liittyvästä turvallisuudesta sekä kehottanut jalkapalloseuroja huolehtimaan paremmin jalkapalloa koskevista taloudellisista intresseistä sekä jalkapalloon liittyvistä turvallisuuskohdista.

Yksi uusimmista UEFA:n artikloista on artikla 35, joka pohjautuu vuonna 2010 UEFA:n seuralisenssi ja taloussäännöksiin (UEFA Club Licensing and Financial Fair Play Regulations). Artikla vaatii jokaisen seuran Euroopassa nimeämään kannattajien kontaktihenkilön (Supporter Liaison Officer, SLO) kaudelle 2012/2013. UEFA käyttää Supporter Liaison Officerista lyhennystä SLO ja samaa lyhennettä käytetään yleisesti Euroopassa ja samalla Suomessakin, sillä se on kansainvälisen yhteistoiminnan kannalta jo juurtunut kannattajien käyttöön. Kannattajien yhdyshenkilön nimeämisen yhtenä tarkoituksena on varmistaa reilu vuoropuhelu kannattajien ja jalkapalloseurojen kesken. Seurat tekevät useita päätöksiä kuukausittain, joilla on vaikutusta kannattajien toimintaan. Tähän asti kannattajat ovat olleet erittäin etäällä päätöksenteossa suomalaisessa seuratoiminnassa. Kannattajatoiminnan organisoitumisen ja kasvamisen kautta tähän olisi hyvä tehdä muutos, sillä seurojen on järkevää kuunnella myös kannattajia, varsinkin heihin liittyvissä asioissa. (UEFA SLO Handbook 2011, 6.)

Malleja yhteistoimintaan on monia, mutta Suomessa kannattajaryhmät ovat pääosin edelleen heikosti organisoituja ja yhteistyö voi alussa olla hankalaa. Kuitenkin kannattajia koskevat päätökset tulisi jatkossa tehdä heidän kanssaan yhdessä ottaen huomioon heidän mielipiteensä ja kannanottonsa, jotta vältettäisiin tilanne, jossa kannattajilla ei ole vaikutusmahdollisuutta jalkapalloseurojen päätöksiin ja linjavetoihin. Veikkausliigassa on kaksitoista seuraa ja kaikki tekevät jo nyt yhteistyötä kannattajiensa kanssa, mutta jotta yhteistyö tulisi säännölliseksi ja vakavammin otettavaksi, tulisi kannattajaryhmästä nousta esille

ryhmän keulahahmoja tai henkilöitä, jotka haluavat nousta esille niin kannattajien edessä, kuin seuran edustajien kanssa. (Waltari 17.6.2014)

Suomessa huliganismi ei ole noussut yhtä suureksi ongelmaksi kuin monessa muussa Euroopan maassa. Järjestettyjä kahakoita ja vandalismia on kuitenkin havaittu kasvavassa määrin ja mallia otetaan ulkomailta. Lisäksi kannattajaryhmät ovat aloittaneet yhteistyön ja tiedonvaihdon muiden maiden kannattajaryhmien kanssa ja sitä kautta myös lieveilmiöt ovat rantautuneet Suomeen. Kannattajien yhdyshenkilötoiminnalla voi olla tulevaisuudessa merkittävä rooli myös huliganismin leviämisen estämisessä. Tämän aspektin kautta tulee entistä tärkeämmäksi ottaa kannattajat mukaan päätöksentekoon ja jalkapalloa koskevien poliittisen raamien muodostamiseen tilanteissa, jotka koskevat jalkapallohuliganismia, jalkapalloon liittyvään väkivaltaan, diskriminointiin tai jotka vaikuttavat seurojen ja kannattajien suhteisiin. (Karjalainen 14.1.2015)

Jotta jalkapalloseuroilla olisi valoisampi tulevaisuus, tulee seurojen lähitulevaisuudessa rakentaa vahvat siteet kannattajiin. Tähän tarvitaan sellaisia ihmisiä, jotka osaavat katsoa ”isompaa kuvaa ja kokonaisuutta” ja SLO:n rooli vain kasvaa valtuutettuna kommunikatiokanavana kannattajien, seurojen ja viranomaisten (poliisi, pelastuslaitos, alueviranomaiset jne.) välillä. Kannattajayhdyshenkilön työnkuva on laaja ja se muokkautuu persoonan mukaiseksi, mutta UEFA on määritellyt tietyt tehtävät, joita SLO:lle kuuluu. SLO:lla on avaintehtävänä kommunikoida vierasjoukkueen kollegoiden kanssa ja helpottaa vieraskannattajien oloja ”vieraalla maalla”. Kannattajat ”puhuvat samaa kieltä” ja se helpottaa monien ongelmien hoitamisessa. Tehtäviin voi kuulua esim. etukäteen selvittää, millaisia ”tifoja” eli jättikokoisia kannatuslakanoita, lippuja tai katsojien päälle vedettäviä jättikankaita saa stadionille tuoda. SLO voi olla myös paikanpäällä stadionilla ottamassa vastaan vieraskannattajat. Erittäin tärkeäksi muodostuu SLO:n rooli kansainvälisissä otteissa. (UEFA SLO Handbook 2011, 32)

5.2.2 Yhdyshenkilön tavoitteet

Suomalaisen jalkapallon yksi suurimmista haasteista ovat pienet yleisömäärät sekä tätä kautta seurojen taloudelliset resurssit. Ottelutapahtumien tunnelmalla ja sitä kautta kannattajaryhmillä voi olla suuri merkitys yleisömäärien kehityksessä. Yksi suomalaisen kannattajatoiminnan tavoitteista on aktivoida kannattajat mukaan tunnelmaa nostamaan. Fanien ääni katsomoissa innostaa myös pelaajia parempiin saavuuksiin. Kannattaminen ei kuulu suomalaiseen penkkiurheiluun, mutta tunnelman takia ja ulkomaalaisen esimerkin mukaan on opittu laulamaan kannatuslauluja. Jos pelissä on tunnelmaa, niin peruskatsoja nauttii siitä ja innostuu tulemaan myös uudelleen. Kannattajatoiminnan yhdyshenkilön yksi tärkeimmistä tehtävistä on organisoida muut kannattajat osallistumaan ottelutapahtumiin,

myös vierasotteluissa. Jokaisella yksilöllä tulisi olla oikeus edustaa itseään kannattajana. SLO-toiminnan tavoitteeksi tulee asettaa, että jokaisella liigajoukkueella on faniryhmä, joka kiertää otteluissa mukana luomassa tunnelmaa ja innostamassa sekä pelaajia että muita katsojia.

Median hyödyntäminen positiivisen kuvan luojina jalkapallosta on myös yksi haaste. Tärkeä havainto tästä on se, että toimittajat seuraavat sosiaalista mediaa ja toimivat siellä myös itse aktiivisesti. Haasteena on, että toimittajat jakaisivat aktiivisesti asiallista informaatiota jalkapallosta ja sen kannattamisesta. Sosiaalisessa mediassa liikkuu myös paljon epäasiallista viestintää ja SLO:t voisivat olla avainasemassa korjaamaan vääränhenkiset viestit. On myös havaittu, että media on muuttunut pelkkien tulosten ja tilanteiden välittämisestä enemmän urheilun tarinankertojaksi. Tätä suuntausta tulisi tukea ja se voidaan nähdä yhdeksi kannattajatoiminnan yhdyshenkilön haasteeksi ja tehtäväksi.

SLO toiminnan tavoitteena on luoda hyvät ja toimivat suhteet myös mediaan, jonka kautta saadaan jalkapallokannattamisen arvostusta nostettua. Kannattajatoiminnan eräänä haasteena on luoda vuorovaikutteiset kommunikointitavat seuran ja kannattajien välille. Kannattajien toiveet ja tarpeet tulee saada seuran johdon tietoon ja vastaavasti seuran on hyvä tiedottaa toiminnastaan kannattajilleen. Tässä kahdensuuntaisessa kommunikaatiossa ovat apuna modernit kommunikaatiovälineet (sähköposti, kotisivu, Facebook, Twitter jne.). Kannattajatoiminnan yhdyshenkilön haasteeksi ja tehtäväksi jää tiedottamisen organisoiminen ja puitteiden luominen (esim. kotisivujen ylläpito, sosiaalisen median seuraaminen, sähköpostit). Tavoitteena on, että tieto kulkee kahdensuuntaisesti kannattajilta seuralle ja seuralta kannattajille.

Kannattajatoiminnan yhdyshenkilöt toimivat osana laajempaa ydintoimintaa sekä ovat osana toimijoiden ketjussa, johon kuuluvat seurat, kannattajat, viranomaiset sekä Palloliitto ja Veikkausliiga. Kannattajatoiminnan yhdyshenkilön tehtävänä on verkottua moniin suuntiin ja toimia näin kontaktina eri toimijoiden välillä. On myös tärkeää luoda SLO-verkosto, jossa asiantuntemusta ja hyviä käytäntöjä voidaan vaihtaa. Tämä vahvistaa seurojen ja yhdyshenkilöiden suhteita. Tavoitteena on toimivien verkostojen kautta vaihtaa kokemuksia ja näin jatkuvasti kehittää kannattajatoimintaa.

Ulkomailla kannattajatoiminnan kehittämisessä on ollut usein lähtökohtana väkivallan ja huliganismin vähentäminen. Jos Suomessakin jalkapallo-ottelujen yhteydessä havaitaan lisääntyvää väkivaltaista käyttäytymistä ja huliganismia, niin kannattajatoiminta saa uuden haasteen. Tällöin SLO saa kansainvälisen mallin mukaan myös väkivallan ehkäisyyn ja turvallisuuteen liittyviä tehtäviä. Tältä osin tavoitteena on väkivallattoman ja urheilullisen kulttuurin edistäminen. (Karjalainen 14.1.2015)

6 Suomalaisen jalkapallojoukkueen kannattajatoiminnan tavoitemalli

Tässä luvussa kuvataan toimintamallia, joka soveltuu Suomen kannattajatoiminnan olosuhteisiin tällä hetkellä. Suomalainen kannattajatoiminnan yhdyshenkilömalli pohjautuu suomalaisten jalkapalloseurojen nykyorganisaatioon ja taloudellisiin resursseihin ja vallitsevaan toimintaympäristöön. Suomalainen malli voisi olla nykytilanteessa kaksiportainen eli sellainen, jossa nimetään kannattajatoiminnan yhdyshenkilö (SLO) kannattajien joukosta. Seuran organisaatiosta haetaan SLO:lle kontaktihenkilö eli taho, joka välittää tietoja seurassa eteenpäin. Tällaisia luontaisia seuran edustajia ovat mm. markkinointipäällikkö, tapahtumapäällikkö tai turvapäällikkö. Suomalaista mallia tulee kuitenkin jatkossa kehittää Euroopassa sovellettuun yksiportaiseen suuntaan, jossa fanien joukosta nousee SLO, joka on palkattu seuraan.

SLO on nykytilanteessa pääsääntöisesti kannattajatoiminnan tukipilari ja hänen roolinsa ja tehtävänkuvansa on kuvattu yksityiskohtaisesti seuraavissa luvuissa. Täytyy kuitenkin muistaa, että pienemmillä seuroilla ei välttämättä alkuun löydy edes henkilöitä kaksiportaiseen malliin, jossa on sekä SLO kannattajien joukosta että kontaktihenkilö seurasta. Joka tapauksessa seurojen on tärkeää löytää SLO kannattajaryhmästä. SLO:n tehtävänä on pyrkiä ensi vaiheessa kehittämään organisaatiota kaksiportaiseen malliin eli olemaan aktiivinen seuraan ja kannattajiin päin.

6.1 Kannattajaryhmien toimintaverkosto

Jalkapallon kannattajatoiminnan keskeiset toimijat ovat kannattajaryhmät, jalkapalloseurojen henkilöstö, stadioneiden henkilökunta, turvaorganisaatiot, Suomen Palloliitto ja Veikkausliiga. Nämä muodostavat sen toimintaverkoston, jonka avulla kannattajatoimintaa voidaan kehittää. Seuraavissa luvuissa on kuvattu näiden toimijoiden tehtäviä ja roolia tavoitemallissa.

Seuran tulisi ymmärtää, että heidän tavoitteena olisi luoda puitteet kannattajatoiminnan aloittamiseen, kehittämiseen ja tukemiseen. Haasteena on saada luotua tulevaisuudessa seuraan palkatulle SLO:lle (seuran edustajalle) keskeisempi rooli, jopa johtava rooli. Paikallisen kannattajatoiminnan kehittämistä tulisi johtaa nykytilanteessa SLO. Seurojen erilaiset toimintaympäristöt vaikuttavat seurajoukkueiden rooliin ja tehtäviin. Palloliitto ja Veikkausliiga ovat ne hallinnolliset tahot, jotka luovat suuntaviivat, kokoavat tietoa, seuraavat ja tukevat kannattajatoimintaa. Lisäksi Palloliiton ja Veikkausliigan oleellisena tehtävänä on kouluttaa niin seurojen edustajia kuin kannattajien yhdyshenkilöitä.

Kannattajaryhmätoiminta on Suomessa edelleen hajanaista ja epämuodollista, joten kannattajaryhmien kuvaus on jätetty lyhyeksi. Seurojen tulee kuitenkin muistaa, että kannattajat eivät ole itsestäänselvyys ja heidän toiveitaan kannattaa kuunnella. Kannattajat ovat niitä, jotka yleensä intohimoisimmin tukevat joukkuetta, vaikka urheilullinen menestys ei aina välttämättä kovin huikeaa olekaan ja he tulevat peleihin uudestaan ja uudestaan. He voivat parhaimmillaan tuoda lisää maksavia asiakkaita seuroille tai sitten huonosti kohdeltuna, aiheuttavat seuralle imagollista ja taloudellista vahinkoa järjestyshäiriöineen yms. muine kuluineen. Yleensä kannattajat eivät vaadi erityisen haastavia tai kalliita asioita seuralta tai joukkueelta, mutta heidän tyytymättömyytensä ja seuran taholta kuuntelemattomuus voi johtaa ikäviin seuraamuksiin ottelutapahtuman ympärillä.

6.2 Jalkapalloseurojen rooli ja tehtävät kannattajatoiminnassa

Seurojen yhtenä oleellisimmista tehtävistä kannattajakulttuurin kehittämisessä on löytää ja nimittää kannattajatoiminnan yhdyshenkilö (SLO). Seurojen olisi hyvä kehittää hallinto- ja johtamiskulttuuriaan avoimempaan suuntaan, jotta kannattajien ääni saadaan kuulumaan seurojen hallinnollisessa päätöksenteossa. Lisäksi on tärkeää saada kannattajien toiveet ja kommentit johdon tietoon, jotta seurojen edustajat saavat kaiken tiedon oikeiden päätösten pohjaksi. Vaikka seurojen taloudellinen tilanne Suomessa on äärimmäisen haastava, olisi tärkeää, että seurat ottaisivat huomioon kannattajatoimintaan liittyvät kustannukset ja pitäisivät huolta SLO:n resursseista. Aina ei ole kyse rahasta, vaan usein jo olemassa olevien mahdollisuuksien hyödyntäminen on jäänyt huomaamatta. Seura voisi tarjota SLO:lle apua työn kehittämiseen helpohkoilla teoilla, kuten joukkueen kotisivujen käytön mahdollistaminen, tiedotuksen kustannusten tukeminen, tilojen antaminen käyttöön tai ajankäyttöön liittyviin ongelmiin ratkaisujen löytäminen. Tämä tarkoittaisi sitä, että kannattajatoiminnan kehittämiseen varataan riittävä budjetti tai ainakin keskusteltaisiin kannattajien kanssa yhteistyöstä ja kannattajien kuluista.

Seurojen tulee itse päättää miten he tukevat omia SLO:ita. On hyvä muodostaa kaksi tukimuotoa. Yhtäältä strategisen tason tuki, jossa SLO:lla on suora yhteys seurojen johtoon ja toisaalta operationaalisen tason tuki.

Strategisen tason tuen avulla kannattajien olemassaolon tulisi näkyä seurojen jokapäiväisessä toiminnassa. SLO:lla on avainrooli varsinkin tilanteissa, joissa vuoropuhelu kannattajien kanssa on vaikeaa tai vielä tärkeämpää, jos se puuttuu kokonaan. Ulkomaille on malleja, joissa SLO voi myös osallistua seurojen hallituksen kokouksiin, kun asiat koskevat ottelutapahtumia tai kannattajia, vaikkakaan heillä ei olisi päätäntävaltaa. Näin seuroilla olisi käytössään kannattajien suora mielipide kannattajilta tullessiin pyyntöihin tai tarpei-

siin. Toistaiseksi näin pitkälle ei varmaankaan Suomessa päästä vähään aikaan, vaikka jo nyt esimerkiksi HIFK:ssa SLO:ksi nimetty henkilö on myös seuran hallituksen jäsen.

Operationaalista tukea tarvitaan pelipäivinä ennen ja jälkeen pelin. SLO järjestää ja avustaa seuroja ja viranomaisia vierasjoukkueiden vastaanotossa ja oman joukkueen vieraspeleissä. SLO:t järjestävät konkreettisesti kannattajien matkat vieraspeleihin, hoitavat yhteydet vierasjoukkueisiin ja luovat niihin suhteet, varsinkin toisen joukkueen turvaorganisaatio on kiinnostunut, kuinka monta henkilöä on paikalle tulossa. Lisäksi he huolehtivat ja välittävät selkeät tiedot lippujen ostamisesta, matkustamisesta, stadionista ja mahdollisista vaikeuksista kannattajille. SLO:t varmistavat, että seurat ja viranomiaset ymmärtävät kannattajien tarpeet.

Kun SLO on valittu, niin seurojen tulee varmistaa, että he saavat tarpeeksi tietoa seurasta, käytännöistä, otteluorganisaation työnjaosta ja heidät opastetaan seuran puolesta tärkeään tehtäväänsä. Opastusta tulee järjestää säännöllisin väliajoin perustietojen antamisen jälkeen. Opastettavat aiheet sisältävät tietoa mm. seuran organisaatiosta, lainsäädännöstä, turvallisuuteen liittyvistä säännöistä, kansainvälisestä yhteistyöstä ja viestinnästä.

SLO:n tulee myös osallistua Palloliiton ja Veikkausliigan yhdessä järjestämiin koulutuksiin, kuten turvallisuusseminaareihin ja muiden SLO henkilöiden tapaamisiin

6.3 Suomen Palloliiton ja Veikkausliigan rooli ja tehtävät

Suomalaisessa jalkapallojärjestelmässä Palloliitto vastaa kaikesta jalkapalloon liittyvästä toiminnasta. Veikkausliiga on kuitenkin eriytetty erillisellä määräämällä sopimuksella omaksi organisaatioksi, jolla on oma hallitus. Hallitus koostuu Veikkausliigaseurojen edustajista. Täten Veikkausliigan organisaatiosta on hyvä löytää kontaktihenkilö (tällä hetkellä Veikkausliigan yhteyspäällikkö Pyry Waltari), jonka vastuulla on kannattajatoiminta ja siihen liittyvät tehtävät.

Palloliiton rooli on kontrolloida, kouluttaa ja valvoa seuroja ja sitä kautta kannattajatoimintaan on nimetty Palloliiton kannattajayhdyshenkilö (tällä hetkellä Palloliiton tapahtumamanageri Ville Nylund). Tehtävänkuvaan kuuluu toimia läheisessä yhteistyössä Suomen Maajoukkueen Kannattajat ry:n (SMJK) hallituksen jäsenten kanssa ja luoda heidän kanssaan mahdollisimman toimivaa yhteistyötä liittyen A-maajoukkueen koti- ja vieraspeleihin. Tehtävänkuvaan kuuluu myös kansainvälinen yhteistyö UEFA:n ja muiden kansallisten jalkapalloliittojen kanssa. Lisäksi tehtävään kuuluu kehittää suomalaisten sarjojen (pääasiassa Veikkausliigaseurojen) kannattajatoimintaa. Oleellisena osana tähän kuuluu kou-

lutus, kannattajatoiminnan seuraaminen, yhteistyön ja kommunikaation ylläpitäminen seurojen SLO:iden kanssa.

Suomessa on luotu SLO verkosto, jota kutsutaan Fanifoorumiksi. Fanifoorumin tehtävä on koota SLO:t yhteen ja parantaa tiedonkulkua suoraan Palloliiton, Veikkausliigan ja kannattajien kesken. Palloliitto ja Veikkausliiga ovat järjestäneet vuosittaisia tapaamisia fanitoiminnan edustajille vuodesta 2012 asti. Fanifoorumissa voidaan vaihtaa parhaita käytäntöjä ja kuulla asiantuntijoita, kuten turvallisuusvastaavia tai poliisia, mutta päällimmäinen tavoite on saada SLO:t keskustelemaan ja tutustumaan keskenään ja jakamaan ns. hiljaista tietotaitoa toisilleen. Parhaiden käytäntöjen vaihtaminen tuo lisäarvoa ja vahvistaa yhteenkuuluvuutta ja eri seurojen yhdyshenkilöiden suhteita toisiinsa.

Fanifoorumiksi kutsutut tapaamiset toimivat myös tärkeinä koulutustapahtumina kannattajatoiminnan yhdyshenkilöille. Hyvien käytäntöjen esittäminen innostaa SLO:ta kehittämään omaa toimintaansa. Jatkossa on myös tärkeää, että seurojen edustajat ovat mukana Fanifoorumissa kuuntelemassa kannattajien edustajien mielipiteitä. Näin kasvatetaan myös kahdenkeskeistä ymmärrystä kannattajatoiminnan tavoitemalliin pääsemiseksi.

Myöhemmässä vaiheessa, kun Suomessa on toimiva kannattajatoiminnan organisaatio, voidaan osallistua eurooppalaisiin SLO-verkostojen toimintaan ja näin koulutetaan ja kehitetään myös suomalaisen kannattajatoiminnan organisoitumista.

6.4 Kannattajatoiminnan yhdyshenkilön, SLO:n rooli ja tehtävät

SLO:t ovat osana laajempaa ydintoimintaa sekä osana toimijoiden ketjua (seurat, kannattajat, viranomaiset, poliisi jne.), joiden tarkoituksena on tehdä urheilutapahtumasta turvallinen ja miellyttävä. SLO:n tulee olla henkilö, joka tuntee kannattajajoukot ja hänen tulee olla tunnettu henkilö, jolla on kyky keskustella sekä seurojen että kannattajien kanssa. Hänen tulee osata keskustella kannattajien kanssa ja kyetä tuomaan kannattajille sekä seurojen että viranomaisten viestit. SLO:lla tulisi olla hyvä koulutustausta, kielitaito, ongelmien ratkaisutaito ja hänellä tulee olla tietotekniikan osaaminen. Kommunikointitaito on erittäin oleellinen, koska SLO toimii kontaktina kannattajien ja seurojen välillä. (UEFA SLO Handbook 2011, 49.)

Kannattajien yhdyshenkilön eli SLO:n rooli ja tehtävät vaihtelevat eri toimintaympäristöistä riippuen. Ihannetilanne on, jos fanien joukosta valikoitunut yhdyshenkilö on valmis ottamaan vastuuta, aikaisemmin esiteltyä roolia ja tehtäviä, ja vähitellen seura kykenisi maksamaan pientä korvausta tai jopa palkkaamaan hänet seuran palkkalistoille. Näin on käynyt Seinäjoen Jalkapalloklubissa, kun aktiivinen kannattaja on päässyt seuraan hoitamaan

kannattajatoimintaa, viestintää ja fanituotteiden myyntiä. Nykyisessä kehitysvaiheessa kuitenkin kannattajien yhdyshenkilöt toimivat harrastuspohjalta ja liian tiukat ylhäältä (esim. Palloliiton taholta) asetut tehtävät tai byrokratia ja liian vaativa toimenkuva saattaa karkottaa hyvät yhdyshenkilöt. Tämän takia tässä työssä pitäydytään varovaisen roolin kuvaamisessa.

6.4.1 SLO:n rooli tavoitemallissa

Kannattajien yhdyshenkilön eli SLO:n tulee olla sellainen, jonka seurat voivat hyväksyä ja tunnistaa kannattajien joukosta. Kannattajien luottamus on ehkä tärkein SLO:n ominaisuus. Ilman luottamusta SLO:na toimiminen ei tule onnistumaan, sillä silloin kannattajilla ei ole intressiä kertoa mielipiteitään tai toimia SLO:n suunnittelemissa tavoilla. Hyvässä tilanteessa kannattajat itse valitsevat SLO:n ja seuran tehtävä on hyväksyä valinta. SLO:lle ei voida asettaa tiukkoja ammatillisia vaatimuksia, koska hän usein edelleen toimii pääasiassa harrastuspohjalta, mutta alla on lista henkilökohtaisista ominaisuuksista, jotka ovat toivottavia. Lista on viitteellinen ja sopeutettu UEFA:n mallista suomalaisiin olosuhteisiin sopivaksi ottaen huomioon, että SLO ei saa työstään korvausta tai ei vielä ole seuran palkkalaistoilla oleva henkilö.

SLO:n rooli tavoitemallissa:

- Kannattajien innostaminen fanitoimintaan
- Kontaktin pitäminen kannattajien ja seuran välillä
- Tiedottaminen sosiaalisen median avulla (facebook, twitter)
- Osallistuminen seuran kokouksiin, jotta kannattajien ääni saadaan kuuluville
- Osallistuminen koulutuksiin ja muihin tapahtumiin, jotka seura järjestää
- Välittäjänä toimiminen konfliktitilanteissa
- Osallistuminen koti- ja vierasotteluihin
- Kannattajien tarvitseman rekvisiitan hankkiminen ja huolehtiminen otteluihin
- Oman tukiverkon luominen omaan kannattajaryhmään. Tavoitteena jakaa työtehtäviä muille kannattajille.

6.4.2 SLO:n henkilökohtaiset ja ammatilliset ominaisuudet

Alla olevassa listassa kuvaillaan sellaisia henkilökohtaisia ja ammatillisia ominaisuuksia, jotka ovat oleellisia SLO:n tehokkaalle toiminnalle. Lista on sopeutettu UEFA:n mallista ja

Italian poliisin ohjeistuksesta suomalaiset olosuhteet sopivasti huomioon otettuna, niin että SLO ei vielä aina ole seuran palkkalaistoilla oleva henkilö.

SLO:n henkilökohtaiset ominaisuudet tavoitemallissa:

- Hyvä kommunikaatiokyky ja konfliktien käsittelykyky
- Kyky toimia ryhmässä
- Korkea sitoutuneisuus ja motivaatio, joustavuus ja luotettavuus
- Palveluorientoitunut ja neuvottelutaitoinen
- Riittävä elämäkokemus ja kyky tulla toimeen kannattajien ja seurojen kanssa sekä seurojen toiminnan tuntemus
- Joustavuus ajan suhteen, erityisesti viikonloppuina
- Ammattimainen suhtautuminen tilanteisiin
- Rauhallinen, sovitteleva ja tosiasioihin perustuva persoonallisuus stressi- ja konfliktitilanteissa
- Mielellään sosiaalisen median sekä tietotekniikan osaaminen
- Innostava ja luotettava persoonallisuus
- Ei tuomittu vakavista rikoksista, eikä mukana ääriliikkeissä tai vahvasti politiikassa.

SLO:n ammatillinen osaaminen tavoitemallissa:

- Joukkojen johtaminen
- Kokemusta ja suhteita pääasiallisiin kannattajaverkostoihin (esim. kannattaja klubit, mahdolliset tiedossa olevat ongelmien aiheuttajat) paikallisella ja valtakunnallisella tasolla
- Riittävä koulutus ja perustaidot ryhmän käsittelyyn sekä osaamista ryhmädynamiikasta (psykologinen ja sosiologinen osaaminen)
- Riittävä englanninkielen taito (hyvä taso seuroilla, joilla on kansainvälisiä otteluita)
- Sosiaalisen median sekä tietotekniikan osaaminen
- Poliittisesti ja kannattajana taustaltaan neutraali
- Kyky sitoutua sovittuihin arvoihin ja normeihin, kuten syrjinnän ja rasismin estämiseen

6.4.3 Kotiotteluihin liittyvät tehtävät

Kotiottelujen yhteydessä SLO varmistaa, että kannattajien tarpeet ja aloitteet ovat seuran ja viranomaisten tiedossa. Hän tiedottaa yhdessä turvallisuusviranomaisten kanssa kannattajille mahdollisista toimenpiteistä ja muista heitä koskevista toimista. Hänen tulee informoida kaikkia toimijoita kannattajien mahdollisista valituksista. SLO on yhteydessä vierasjoukkueen SLO:iin luodakseen vastaanottavan ympäristön, vähentääkseen mahdollisia aikaisempia jännitteitä ja rakentaakseen tilanteen, jossa positiivinen kannattaminen ja urheilun seuraaminen ovat pääasioita.

SLO pitää huolen seuran kanssa myös siitä, että sekä kotijoukkueen että vierasjoukkueen kannattajilla on omat paikat katsomoissa. Paikat sijoitetaan mieluiten niin, että niiden välissä on riittävästi välimatkaa ja palvelut tulee olla kaikille sisäänpääsylipun maksaneille katsojille. (UEFA SLO Handbook 2011, 37.)

6.4.4 Vierasotteluihin liittyvät tehtävät

SLO:lla tulee olla yhteys turvallisuudesta vastaaviin toimijoihin sekä kotijoukkueen SLO:hon. Vierasotteluissa SLO:n tulee olla mukana kannattajien kanssa. Hän on avainasemassa tiedonjakamisessa lipuista, matkasta ja muista otteluun liittyvistä asioista.

Kansainvälisissä otteluissa seuran työntekijän ominaisuudessa hän saattaa matkustaa virallisen delegaation kanssa päivää ennen ottelua, jotta hänellä on aikaa suunnitella vastaanottotoimenpiteet, antaa tietoa kotijoukkueelle ja huolehtia mm. kannattajien marssista ottelupaikalle. (UEFA SLO Handbook 2011, 37.)

6.4.5 Muut operationaaliset tehtävät

Ihannetilanteessa SLO järjestää säännöllisiä kokouksia kannattajien kanssa tiedottaakseen uusimmista kannattajia koskevista asioista ja samalla saada informaatiota kannattajilta. Näiden tapaamisten tarkoituksena on myös aktivoida kannattajajoukkoja ja sitomaan heitä seurojen toimintaan. Suomessa kannattajatoiminta on edelleen hajanaista ja kannattajien organisoitu sitouttaminen on erittäin tärkeää. SLO:n on hyvä järjestää kannattajille kohdennettuja sosiaalisia ja urheilullisia tapahtumia kuten jalkapallo-otteluja, infotilaisuuksia, juhlia, pelaajatapaamisia tai muita vastaavia pelin ulkopuolisia yhteisiä tapahtumia. SLO:n tulee myös osallistua kannattajien mahdollisiin virallisiin tai epävirallisiin kokouksiin, kotisivuilla käytäviin keskusteluihin ja käyttää hyväksi sosiaalista mediaa edistämällä positiivista kannattajakulttuuria. Näiden lisäksi SLO:n tulee työskennellä median edustajien

kanssa (lehdistö ja TV) pitäen huolta, että kannattajayhteistyö ja kannattajat yleensä esitetään asianmukaisesti mediassa. (UEFA SLO Handbook 2011, 32 -35.)

Tämän lisäksi SLO:n tulee tavata viranomaisia ja asiaan liittyviä organisaatioita (poliisi, linja-autoyhtiöt, alueviranomaiset jne.), jotta voitaisiin kehittää vuoropuhelua eri osapuolten kanssa ja lisätä molemminpuolista ymmärtämystä ja eri tahojen käsityksiä. SLO:n tulee olla yhteydessä toisten seurojen yhdyshenkilöiden kanssa ennen peliä voidakseen jakaa asianmukaista tietoa kannattajille, vähentää negatiivisia ennakkoluuloja ja asenteita ja näin ehkäistä mahdollisia konflikteja. Yhteisten tapahtumien järjestäminen eri kannattajajoukkojen kesken. (UEFA SLO Handbook 2011, 32.)

Ottelupäivinä (ennen ottelua, ottelun aikana ja sen jälkeen) SLO:n tulee olla kannattajien kanssa yhdessä innostaen kannattajia joukkueen kannustamisessa positiivisella tavalla sekä samalla huomioida jännitteet, jotka voivat johtaa väkivaltaan ja huliganismiin. Ottelun jälkeen SLO:n tulee koota yhteen mahdolliset otteluun osallistuneiden kannattajien tekemät valitukset ja niihin johtavat syyt sekä yrittää selvittää tilanteisiin johtaneet olosuhteet ja taustatekijät. (UEFA SLO Handbook, 35.)

6.4.6 Kasvatuksellinen tehtävä

SLO-toiminnan ei tulisi kohdistua ainoastaan jalkapallo-otteluihin. Tärkeää osaa SLO:n työstä kuvaa heidän sitoutumisensa väkivallattoman kunnioittavan ja urheilullisen kulttuurin kehittämiseen. Mikäli väkivaltaisesti käyttäytyviä henkilöitä kannattajien joukkoon tulee, niin SLO:n tulee tehdä aloitteita näiden ei-toivottujen arvojen leviämisen ehkäisemiseksi. Tarkoituksena on laajemmassa mielessä nuorten sukupolvien radikalisoitumisen ehkäiseminen. Tämä tapahtuu tiedottamalla riskeistä näille ryhmille. Seurojen tulee myös lähettää selkeä viesti, että väkivalta ei kuulu jalkapalloon ja urheiluun. Valitettavasti väkivaltaiset ryhmät nähdään yleisesti ”esimerkkeinä” nuorista ja näiden ryhmien tukeminen näyttää olevan trendikästä käyttäytymistä, jolla nuoriso näyttää ideologiaansa ja elämän tyyliään ja joka on keino vahvistaa heidän rooliaan yhteiskunnassa.

7 Pohdinta

Opinnäytetyö on kooste olemassa olevasta tiedosta jalkapallon kannattajatoiminnasta Euroopassa ja Suomessa. Työssä on haastateltu asiantuntijoita, joilla on pitkä kokemus suomalaisesta jalkapallosta. Kirjoittajan oma kokemus tukee myös haastattelutuloksia, joten niitä voi pitää luotettavina. Lisäksi materiaalia ja näkökantoja on kerätty eri tahoilta, kuten UEFA:lta ja Suomen ja eurooppalaisten kannattajatoimijoiden kotisivuilta sekä UEFA:n järjestämistä workshoppeista sekä suomalaisen fanitoiminnan foorumeilta. Näiden pohjalta on luotu suomalaisen jalkapallon kannattajatoiminnan tavoitemalli.

Opinnäytetyön aiheen valintaan on vaikuttanut se, että kirjoittaja tuntee jalkapallon kannattajatoimintaa sekä pelaajan, seurojen että Suomen Palloliiton näkökulmasta. Tutkielman kirjoittaja on entinen suomalainen liigapelaaja ja Suomen maajoukkueen pelaaja, joka toimii nykyään Suomen Palloliiton tapahtumamanagerina. Nykyiseen työhön kuuluu yhtenä tehtävänä koordinoita ja kehittää suomalaisen jalkapalloilun kannattajatoimintaa. Taustasta johtuen kirjoittajalla on henkilökohtaista kokemusta ja kiinnostus opinnäytetyön aiheeseen, josta on vähän tutkimusaineistoa Suomessa.

Oleellinen sysäys työlle tulee keskieuropalaisesta jalkapallon kannattajatoiminnan kehittämismallista, jonka UEFA on lanseerannut käytettäväksi ja jatkojalostettavaksi sen jäsenmaissa. Kannattajaryhmätoiminta on joissain maissa, kuten Suomessa, vasta alkumetreillä ja muutamissa maissa toiminta on ollut jo usean vuosikymmenen ajan normaali osa ihmisten arkea. Työssä paneudutaan siihen, mitä UEFA haluaisi seurojen tekevän kannattajayhteistyön eteen. Työ pohjautuu UEFA:n artikla 35:een ja tavoitteena on luoda UEFA:n mallin pohjalta suomalainen malli. Lopullisen sysäyksen työn tekemiseen on tuonut UEFA:n seuralisenssijärjestelmä ja taloussäännösten artikla 35, joka vaatii jokaisen seuran Euroopassa nimeämään kannattajien kontaktihenkilön SLO:n jo kaudelle 2012/2013. Ongelmana silloin oli se, että kukaan ei Suomessa tuntenut mitä SLO:n tehtäviin kuului ja mistä löydetään vapaaehtoiset henkilöt tähän toimintaan.

Tämä opinnäytetyö on produktiivinen eli toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tuloksia on tarkoitus käyttää suomalaisten liigaseurojen kannattajatoimintaa käsittelevän käsikirjan laatimiseen. Tässä työssä keskitytään jalkapallon fanitoimintaan Suomessa ja erityisesti Veikkausliigassa. Muita kannattajakulttuurin ilmiöitä, kuten esimerkiksi koripallomaajoukkueen kannattajaryhmän valtavaa kuuden tuhannen ihmisen invaasiota Espanjassa järjestettyihin MM-kisoihin, ei käsitellä.

Työ pohjautuu Euroopan jalkapalloliiton (UEFA) laatimaan ohjeistukseen ja ulkomaisiin esimerkkeihin. Suomalaista mallia varten haastateltiin alan asiantuntijoita, kannattajia sekä Veikkausliigan ja Palloliiton edustajia. Haastattelut suoritettiin jo olemassa olevien alan toimijoiden tapaamisissa kirjallisina muistiinpanoina ja tietoa on löydetty myös kannattajien käyttämistä nettisivuista.

Kappaleissa 4 ja 5 on koottu taustaa jalkapallon kannattajatoiminnasta ja sen toimintaympäristöstä sekä kannattajatoiminnan yhdyshenkilön (SLO) toiminnan tavoitteista ja haasteista. Näiden tietojen pohjalta sekä haastatteluissa käytyjen keskustelujen perusteella on laadittu suomalaisen jalkapallojoukkueen kannattajatoiminnan tavoitemalli, joka esitetään kappaleessa 6.

Suomalaisen kannattajatoiminnan tavoitemallin laatiminen on ollut haasteellista, koska jalkapallon kannattajat Suomessa eivät ole useinkaan organisoituneita ja toiminnan jatkuvuus ei ole taattua. Kannattajatoiminta henkilöityy muutamiin aktiivisiin henkilöihin ja heidän innokkuuteensa koota ryhmiä ja järkeistää sille organisoitua toimintaa, kuten matkoja vierasotteluihin. Toiminta perustuu harrastuspohjalle ja yhteydet seuroihin ovat olleet epämuodollisia. Painopisteet Suomessa ovat toistaiseksi olleet pääasiassa joukkueiden kannustamisessa.

Suomessa huliganismi ei ole noussut yhtä suureksi ongelmaksi kuin monessa muussa Euroopan maassa. Järjestettyjä kahakoita ja vandalismia on kuitenkin havaittu kasvavassa määrin ja mallia otetaan ulkomailta. Lisäksi kannattajaryhmät ovat aloittaneet yhteistyön ja tiedonvaihdon muiden maiden kannattajaryhmien kanssa ja sitä kautta myös lieveilmiöt ovat rantautuneet Suomeen. Kannattajien yhdyshenkilötoiminnalla voi olla tulevaisuudessa merkittävä rooli myös huliganismin leviämisen estämisessä. Tämän aspektin kautta tulee entistä tärkeämmäksi ottaa kannattajat mukaan päätöksentekoon ja jalkapalloa koskevien poliittisten raamien muodostamiseen tilanteissa, jotka koskevat jalkapallohuliganismia, jalkapalloon liittyvää väkivaltaa, diskriminointia. Lisäksi kannattajien mielipiteet tulee saada esille asioista, jotka vaikuttavat seurojen ja kannattajien suhteisiin sekä ottelutapahtumiin.

Tämän hetkisen tilanteen mukaan suomalainen SLO-malli voisi olla nykytilanteessa kaksipuolinen, eli sellainen, jossa nimetään kannattajatoiminnan yhdyshenkilö (SLO) kannattajien joukosta. Seuran organisaatiosta haetaan SLO:lle kontaktihenkilö eli taho, joka välit-

tää tietoja seurassa eteenpäin. Tällaisia luontaisia seuran edustajia ovat mm. markkinointipääällikkö, tapahtumapääällikkö tai turvapääällikkö. Mallia tulee kuitenkin jatkossa kehittää yksiportaiseen suuntaan, jossa fanien joukosta nousee SLO, joka saisi korvausta työstään tai olisi palkattu seuraan.

Tässä työssä on myös esitetty tavoitteelliset roolit ja tehtävät kannattajatoiminnan yhdyshenkilölle tavoitetilanteessa, jossa on fanien joukosta noussut SLO palkattuna seuraan. Kannattajatoiminnan toimintaympäristö, seurojen, Suomen Palloliiton ja Fanifoorumin roolit ja tehtävät ovat myös kuvattu.

Tämä opinnäytetyö on auttanut kirjoittajaa strukturoimaan omaa käsitystään suomalaisen jalkapallon kannatustoiminnan kehittämisestä. Mallistaa on vielä keskusteltava suomalaisten jalkapalloseurojen valitsemien kannattajien kontaktihenkilöiden (SLO) kanssa. Näiden keskustelujen pohjalta tullaan laatimaan Suomen Palloliiton kannattajatoiminnan ohjeistus.

Tämän ohjeistuksen tarkoituksena on kehittää suomalaisen jalkapallon kannattajatoimintaa sellaiseen suuntaan, että siitä tulee organisoitua toimintaa, jolla on jatkuvuutta. Tavoitteena on myös parantaa kannattajatoiminnan yhdyshenkilöiden yhteistoimintaa ja sitä kautta lisätä hyvien käytäntöjen vaihtoa ja oppimista toisten seurojen esimerkeistä. Kun kannattajatoiminta Suomessa kehittyy tavoitemallin suuntaan ja toiminta vakiintuu, voidaan kehittää yhteyksiä myös eurooppalaisiin SLO-verkkoihin. Eurooppalaiset verkostot auttavat oppimaan uusia toimintatapoja ja sieltä saa myös tukea suomalaisen kannattajatoiminnan kehittämiseksi.

8 Lähteet:

Bohannon D. Luento 9.4.2015 UEFA Training programme for Police and Stadium Managers in Finland 7.-9.4.2015. Helsinki. Puheenjohtaja Think tank – Police expert group.

Fan Club Forza HJK ry:n säännöt. Luettavissa:

<http://www.forzahjk.net/Kuvat/SaannotFanClubForzaHJKry.pdf>.

Futisfoorumi keskustelusivu. Luettavissa: <http://futisforum2.org/index.php?topic=37279.75>.

Heinonen H. 2005. Jalkapallon lumo. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Helsingin Sanomat 20.3.2015, Urheilusivut.

Helsingin Sanomat, Urheilu 10.4.2015. Luettavissa:

<http://www.hs.fi/urheilu/a1428555005062>.

Itkonen H., Nevala A. 2007. Kuningaspelin kentät. Tammer-paino Oy, Tampere.

Kanerva J., Arponen A.O., Heinonen M., Tamminen J., Tikander V. 2003. Jalkapallon pikkujättiläinen. WSOY, Porvoo.

NFIP Italy, Ministry of Interior- Public Security Department: Draft guidelines for Supporter Liaison officer. 25.2.2015.

Nikunen K. (toim.) 2008. Fanikirja – Tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä. Gummerus kirjapaino, Vaajakoski.

Sanomalehti Kaleva ja Savon Sanomat. Luettavissa:

<http://suomifutisnet.adv1.nebula.fi/phpBB2/viewtopic.php?p=1464522%3Cbr%20/%3Esid=8098b0bbfd125a19a5b13d0d9635a421>.

http://www.sport.fi/system/resources/W1siZiZlsljWMTMvMTAvMjQvMTRfMTThfNDdfMTcwX0xpaWt1bnRhdHV0a2ltdXNfYWlrdWlzbGlpa3VudGFfMjAwOV8yMDEwLnBkZiJdXQ/Liikuntatutkimus_aikuisliikunta_2009-2010.pdf

http://suomifutisnet.adv1.nebula.fi/phpBB2/viewtopic.php?p=1464522%3Cbr%20/%3Esid=8098b0bbfd125a19a5b13d0d9635a421_

Supporters Direct kotisivu Lue tavissa: http://www.supporters-direct.org/homepage/what-we-do/europe-2/supporter_liaison_officer.

http://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Tech/uefaorg/General/01/80/54/10/1805410_DOWNLOAD.pdf.

[http://www.veikkausliiga.hs.prewise.com/Statistic.aspx?id=6&year=2005.](http://www.veikkausliiga.hs.prewise.com/Statistic.aspx?id=6&year=2005)

Veikkausliigaottelu MIFK - HIFK turvaraportti 19.4.2015.

Asiantuntijoiden haastattelut:

Kuusinen, S. 25.9.2014 Suomen maajoukkueen kannattajat Ry:n puheenjohtaja vuosina 2012- 2015. Haastattelu. Helsinki.

Karjalainen J. 14.1.2015 Turvallisuuspäällikkö, Palloliitto. Haastattelu. Helsinki.

Paski L. 11.2.2015 Seinäjoen Jalkapalloklubin SLO. Haastattelu. Tampere.

Waltari P. 17.6.2014 Yhteyspäällikkö, Veikkausliiga. Haastattelu. Helsinki.

Liitteet:

Liite 1. Lista Ykkösen ja Kakkosen sekä alempien sarjojen kannattajaryhmistä vuonna 2011

YKKÖNEN:

HIFK: Stadin Kingit, Yngre Grabbar (?)

FC Hämeenlinna: Pioneeriryhmä

Jippo: Rednecks

FC Viikingit: Valloittajat

FC Lahti: FCLK

FC KooTeePee: Kotkan Kannattajat

KPV: Green Family (?)

PoPa: Siniveriset, USVA

AC Oulu: Sinitähdet

KAKKONEN:

MP: Sininen Osasto (+ Sininen eturauhanen), U. Klani

KTP: O.K. Stand

SJK: Klopit

Gnistan: G.Piste

LPS: Saariapinat

Ilves: Niilon pojat, Ilves Beerstand Hooligan Crew

SalPa: TSFC (The Swans Fan Club)

ALEMMAT SARJATASOT:

Urjalan Palloseura: UrPSupporters

Jämsänkosken Ilves: Herranmetsä

Soho SS: Mustat

Karstulan Kiva: Kiva-ultras

Lähde: Palloliiton arkistot

Liite 2. Lista Veikkausliigaseurojen turvavastaavista ja SLO:ista 2015

NIMI

PUHELIN

SÄHKÖPOSTI

SEURA FC INTER	1. OLLI TAULIO	040 4146xxx	olli.taulio@
	2. MARKO TERÄSPURO	040 3022xxx	marko.teraspuuro@
	<i>SLO1 JUHA VESTERLUND</i>	044 2835xxx	interinkannattajat@
	<i>SLO2 JARMO KOIVULA</i>	044 9759xxx	slo@ultraboyz.net
FC KTP	1. JUHA SÄÄMÄNEN	050 5261xxx	juha.saamanen@
	2. MIKA KOLEHMAINEN	050 5852xxx	mika.kolehmainen@
	<i>SLO MIKA KOLEHMAINEN</i>	050 5852xxx	mika.kolehmainen@
	1. KIMMO HÄRKÖNEN	040 5244xxx	kimmo.harkonen@
FC LAHTI	2. TURVALLISUUSJOHTO	044 9781xxx	
	<i>SLO PASI SAVITIE</i>	044 5202xxx	pasi.savitie@
	1. MIKAEL GEBALA	040 0580xxx	mikael.gebala@
	2. BJARNE STRENGELL	040 5585xxx	
FF JARO	3. LEIF JUSELIOUS	050 3782xxx	
	<i>SLO OLLI NEVALA</i>	050 5622xxx	olli.nevala@ffjaro.fi
	1. JOONA HAAVISTO	040 7654xxx	joona.h.....o@hifkfotball.fi
	2. CASPER HÖGSTRÖM	040 5293xxx	casper.hogstrom@
HIFK	3. VELI-MATTI PASANEN	043 8257xxx	veli-matti.pasanen@
	<i>SLO JOONA HAAVISTO</i>	040 7654xxx	joona.h...o@hifkfotball.fi
	1. RISTO NIIRONEN	040 5032xxx	risto.niironen@
	2. HANNELE LANDEN	041 5303xxx	hannele.landén@
HJK	3. MARKUS TERÄMAA	050 5179xxx	markus.teramaa@
	<i>SLO SARI MIKKONEN-MANNILA</i>	050 3878xxx	sari.m.-mannila@hjk.fi
	1. TOR-ERIK BONN	040 8697xxx	bonn.te@
	2. CHRISTA MARTIN-SUNDMAN	040 8366xxx	christa.martin@
IFK MARIEHAMN	<i>SLO DAVID JANSSON</i>	040 3625xxx	bajen_david@
	1. SAIJA MAUNONEN	046 6810xxx	santtu_ma@
	2. LEO RAJAMÄKI	040 5964xxx	Leo.rajamaki@
	<i>SLO SAIJA MAUNONEN</i>	046 6810xxx	santtu_ma@
KUPS	1. TAISTO KEINÄNEN	040 5268xxx	toimisto@
	2. KEIJO JÄÄSKELÄINEN	044 2953xxx	toimisto@
	<i>SLO VIKI SAVONEN</i>	045 8843xxx	viki.savonen@
	1. TAPIO KINNUNEN	040 5361xxx	tapio.kinnunen@
ROPS	2. SEPPO PÖRHÖLÄ	040 5217xxx	seppo.porhola@
	<i>SLO AATU HARMAALA</i>	045 8498xxx	
	1. HANNU LATVA-MÄENPÄÄ	050 3226xxx	hannu.latva-maenpaa@
	2. PETRI PAKKALA	050 076xxx	petri.pakkala@
SJK	<i>SLO LARI PASKI</i>	040 088xxx	kannattajat@sjk2007.fi
	1. VESA-MATTI RANTANEN	040 7388xxx	vesa-matti.rantanen@
	2. SAMI KOTAJÄRVI	045 1140xxx	sami.kotajarvi@
	<i>SLO JUHO KETOLA</i>	044 5929xxx	juho.91@
VEIKKAUSLIIGA	TIMO MARJAMAA	050 5176xxx	ti-
			mo.marjamaa@veikkausliiga.com
PALLOLIITTO	JUHA KARJALAINEN	040 823xxx	juha.karjalainen@

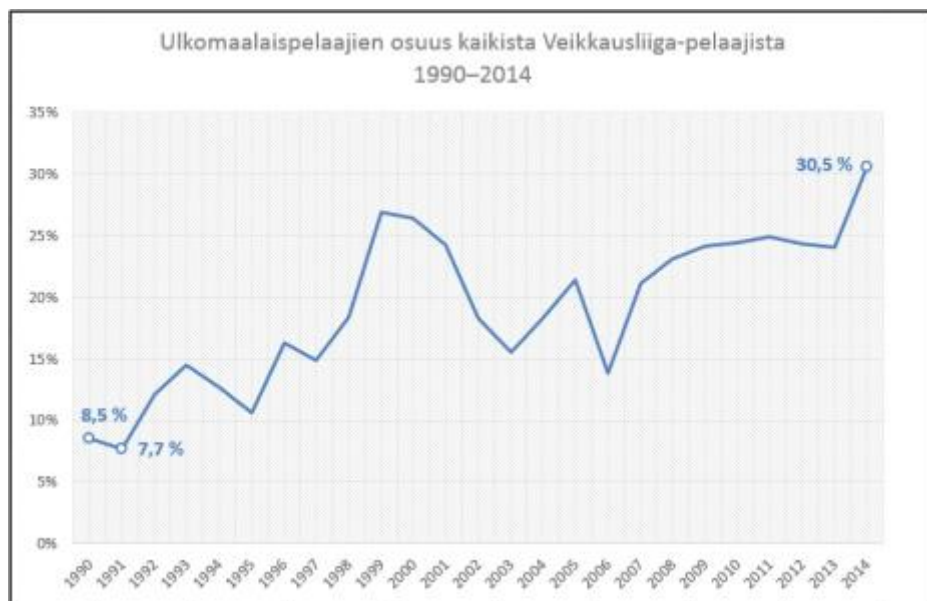
Lähde: Suomen Palloliiton koontilista kaudelle 2015. Laadittu 25.4.2015

Liite 3. Veikkausliigan turvapalautetilasto vuodelta 2014

Veikkausliiga - turvallisuuspäälliköiden turvaraporttitilastot 2014		
198 ottelua - 198 raporttia (100 %)		198
	Koko liiga	ka
Yleisömäärä	400093	2021
JV-määrä	5461	28
JV-määrä / yleisömäärä	1 / 73	
Muut turvahenkilöt	1347	7
Kotikannattajat	10455	53
Vieraskannattajat	3649	18
Kannattajien käytöksessä raportoitavaa	39	20 %
Porteilta raportoitavaa	20	10 %
Sisäänpääsy estetty	10	
Turvataarkastuksissa löydetty kielletyt esineet	22	
Katsomoista raportoitavaa	48	24 %
Katsomoista poistettu	36	
Ottelutapahtumissa laukaistut pyrot	32	
Kentältä raportoitavaa	6	3 %
Kentälleryntäämiset	7	
Sisätiloista raportoitavaa	8	4 %
Liikenteen- ja pysäköinninvalvonnasta raportoitavaa	6	3 %
Ensiavusta raportoitavaa	16	8 %
Kuinka monessa ottelussa videovalvonta käytössä	111	56 %
Kuinka monessa ottelussa poliisi oli paikalla	103	52 %

Lähde: Palloliiton turvapalaute tilastot 2014

Liite 4. Ulkomaalaispelaajien osuus kaikista Veikkausliiga-pelaajista vuosina 1990- 2014.



Lähde: <https://kuntopuntari.wordpress.com/2015/02/08/veikkausliigassa-enemman-pelaajia-kuin-koskaan/>